TS. Ngô Công Trường

KHỞI NGHIỆP THÔNG MINH

SMART ~~START~~ UP

Bí quyết tối ưu hóa hệ thống vận hành
từ khi khởi nghiệp

alphabooks® knowledge is power
NHÀ XUẤT BẢN
ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

Mục lục

Lời nói đầu

Một buổi sáng cuối tuần đẹp trời, như thường lệ, tôi đi uống cà phê cùng bạn bè. Ở đó, tôi được nghe câu chuyện về một người bạn vừa gặp thất bại sau vài tháng khởi nghiệp. Chúng tôi đã dành cả buổi để thảo luận xoay quanh chủ đề này. Tới khi chia tay bạn bè ra về, tôi vẫn cảm thấy một điều gì đó trĩu nặng trong lòng.

Tôi tiếp tục tìm hiểu thông tin về tình hình khởi nghiệp tại Việt Nam và trên thế giới trong thời gian vừa qua. Tôi cũng dành nhiều tâm huyết nghiên cứu nhiều quyển sách, bài phân tích, bài viết về khởi nghiệp, đại đa số là những tài liệu hay và bổ ích cho những ai đã, đang và sẽ khởi nghiệp. Tuy nhiên, tôi cảm thấy chừng đó là chưa đủ để giúp những người khởi nghiệp, đặc biệt là trong môi trường kinh doanh tại Việt Nam, có thể hình dung ra một bức tranh toàn cảnh về con đường khởi nghiệp tiếp theo của họ.

Là một người đã từng thất bại khi khởi nghiệp và chứng kiến nhiều trường hợp khởi nghiệp thất bại, đồng thời với vai trò là một người xây dựng hệ thống vận hành tối ưu cho các doanh nghiệp, tôi mong muốn giới thiệu với những người khởi nghiệp một mô hình có thể giúp họ giảm thiểu đến mức thấp nhất những rủi ro thường gặp, những chiến lược khôn ngoan để tối đa hóa nguồn nhân lực, nguồn tài chính ít ỏi; đồng thời mang đến cho những ai đam mê khởi nghiệp một cái nhìn toàn cảnh về khởi nghiệp với những sắc màu phong phú, chứ không đơn thuần là một màu đen u ám hay là một màu hồng thuần túy.

Khởi nghiệp thông minh mà các bạn đang cầm trên tay là một cuốn sách chắt lọc, khái quát, cập nhật thông tin từ nhiều nguồn tài liệu liên quan đến khởi nghiệp trên toàn thế giới và phát triển, xây dựng thành mô hình khởi nghiệp SMARTUP để qua đó giúp các nhà khởi nghiệp cụ thể hóa các bước đi đầu tiên và tối ưu hóa hệ thống vận hành doanh nghiệp ngay từ lúc mới bắt đầu. Các chương sách đi qua, xâu chuỗi mọi vấn đề liên quan đến khởi nghiệp, rồi đưa ra

góc nhìn khách quan nhất, thực tế nhất. Có thể mô hình SMARTUP này không đúng với mọi doanh nhân khởi nghiệp, mọi loại hình doanh nghiệp, nhưng tôi hy vọng nó sẽ mang đến một nguồn tham khảo hữu ích, một sự cân nhắc khi ai đó bắt đầu khởi nghiệp, cũng như cung cấp một nền tảng ban đầu để họ có thể "sống sót" trong môi trường cạnh tranh khốc liệt như hiện nay, ít nhất là qua sáu tháng đầu tiên – một cột mốc quan trọng trong khởi nghiệp.

Chúc các bạn luôn giữ được ngọn lửa đam mê trên con đường khởi nghiệp của mình. Hãy cứ bắt đầu rồi bạn sẽ tìm ra con đường đúng và phù hợp nhất để hoàn thành ước mơ. Tôi tin bạn có thể làm được, đừng bỏ cuộc!

NGÔ CÔNG TRƯỜNG

Lời tựa

*B*ạn thân mến!

Bạn có khát vọng khởi nghiệp, một khát vọng đẹp! Thế nhưng, nhiều tấm gương đi trước khiến bạn lo lắng, băn khoăn và ngập ngừng trước quyết định quan trọng đối với sự dấn thân vì khát vọng và sự nghiệp của mình. Quanh bạn đang có quá nhiều thông tin, dù bạn đầy nhiệt huyết và cũng có những lời động viên, nhưng lời bàn ra thậm chí còn hơn gấp nhiều lần số lời động viên. Điều đáng nói là những lời bàn ra đó lại đến từ những người thân yêu nhất của bạn. Là người trẻ tuổi, tin rằng mình có năng lực nhưng bạn chưa đủ khả năng để bảo vệ lý tưởng của mình, bạn vẫn thiếu kiến thức thực tiễn, bạn có thể online "chém gió" phần phật, nhưng trước quyết định offline liên quan đến chính mình thì bạn lại thiếu tự tin… Dù thế nào thì bạn vẫn là người tích cực trong nhóm bạn trẻ nói trên nên bạn đang tìm hiểu con đường sự nghiệp của những người trước, để xem họ đã thành công thế nào, đã thất bại ra sao… Tôi tin rằng đây là sự cẩn trọng cần thiết và đáng khuyến khích. Và đó cũng chính là lý do bạn đang cầm trên tay cuốn sách nhỏ này, cuốn sách dành cho những người trẻ tuổi, lứa tuổi của nhiệt huyết, khát vọng và dấn thân, cũng là lứa tuổi của cả thèm… rồi chóng chán.

Mua hay không? Bạn đang… phân vân, do dự. Sự do dự chính đáng. Tuy giá tiền không cao, nhưng nếu mua về mà không đọc hay đọc không hết, thậm chí đọc hết cũng chẳng thấy liên quan đến mình hay không ứng dụng được gì thì đều là lãng phí, một sự lãng phí không đáng có. Để giúp bạn tự tin đưa ra quyết định, tôi xin giới thiệu vài nét chấm phá về quyển sách và tác giả.

Là tập hợp nhanh những câu chuyện thực tế xung quanh, những case study (điển cứu) từ chính cuộc sống với lời văn nhẹ nhàng, ngắn gọn và các kết luận sắc bén đầy nam tính của tác giả – một tiến sĩ 8X đã dành nhiều thời gian và tâm huyết chia sẻ, hướng dẫn nhiều bạn trẻ khởi nghiệp – có lẽ, cuốn sách sẽ giúp các bạn trẻ còn ngập ngừng thêm phần tự tin. Những phân tích của Trường cũng

khá sắc sảo vì Trường xuất thân từ khối kỹ thuật, có tư duy tích cực, có tính hệ thống trong công việc, có ý chí theo học chuyên môn nên đã đạt được văn bằng tiến sĩ dù tuổi chưa đầy 30. Điều đặc biệt là Trường không chỉ biết để giữ cho riêng mình, mà Trường có khát vọng chia sẻ và đào tạo. Có lẽ những tố chất này khiến Trường tham gia và được tuyển chọn để trở thành một trong số ít các bạn trẻ nhận hỗ trợ và theo học chương trình IPL[1] (Hạt giống lãnh đạo), dù riêng với chương trình này hình như Trường không đi đến cuối cuộc hành trình. Trường cũng đã có thời gian đi làm công cho nhiều tập đoàn quốc tế, đã từng giúp tôi phụ giảng một số nội dung về quản lý… Những cơ hội đó giúp Trường nâng cao vốn sống, sự trải nghiệm, nên khi khởi nghiệp, Trường vững vàng hơn nhiều bạn trẻ cùng thời, cùng lứa hay cùng mô hình kinh doanh.

Ngoài việc tổng hợp các câu chuyện đời sống thường nhật, Trường đã viết quyển sách này dưới góc độ của một người trẻ tuổi, có tư duy và biết phân tích để dù chỉ bằng tuổi hay nhỉnh hơn bạn một chút, Trường cũng có thể giới thiệu với bạn những nội dung, bài học cần thiết đối với một người trẻ muốn khởi nghiệp. Có thể đâu đó trong cuốn sách này chưa thấy được sự sâu sắc thâm trầm, hiểu đời của những người có tuổi đáng kính, nhưng do lứa tuổi và môi trường trưởng thành là môi trường hiện đại rất gần gũi, nên các bạn trẻ sẽ thấy dễ nhập tâm hơn.

Gần 200 trang với chín chương, cuốn sách *Khởi nghiệp thông minh* không chỉ hấp dẫn bạn trẻ bởi tên sách mà còn bởi vì nó đã đi xuyên suốt các vấn đề cơ bản của một người trẻ tuổi muốn khởi nghiệp; không chỉ nhắc lại các khái niệm cơ bản bạn đã biết và thường được dạy trong các trường kinh tế như 4P kinh điển, quyển sách này còn bổ sung các P mở rộng cần thiết cho việc kinh doanh hôm nay, hay công sức đi tìm người đồng sáng lập, phương thức chuẩn bị để kêu gọi đầu tư… Hẳn nhiên cuộc sống vốn liên tục thay đổi nên gần 200 trang sách nhỏ không thể giải quyết từng trường hợp cụ thể và đặc thù, nhưng tôi tin chắc nó sẽ cho bạn một sợi chỉ kết nối các vấn đề mà sớm hay muộn, các bạn trẻ khởi nghiệp cũng sẽ nghĩ đến, gặp phải hay cần đối mặt tìm giải pháp.

Đã và đang đỡ đầu nhiều bạn trẻ startup thành công trong một số lĩnh vực, đồng thời dành một khoảng thời gian huấn luyện, giúp các bạn trẻ có khát vọng khởi nghiệp, tôi hiểu các bạn cần những gì để có thể vượt qua những cạm bẫy khó khăn luôn chực chờ, để thích ứng với sự thay đổi, chủ động sáng tạo, và đi tới thành công. Xin giới thiệu với các bạn cuốn sách *Khởi nghiệp thông minh* của TS. Ngô Công Trường, một cuốn sách giúp các bạn trẻ chuẩn bị tốt hơn cho hành trình khởi nghiệp sắp tới.

Chúc bạn thành công!

LÝ TRƯỜNG CHIẾN
– Chủ tịch Trí Tri Group

Lời giới thiệu

Liệu đây có phải là lúc để “nhảy” ra riêng và tự kinh doanh? Làm cách nào để tạo ra lợi thế cạnh tranh độc đáo mà không ai sao chép được? Điều gì khiến một số nhà khởi nghiệp thành công và trở nên thịnh vượng trong khi rất nhiều người khác “hụt hơi”, phải bán đổ, bán tháo để bám trụ từng ngày? Giá trị ý tưởng khởi nghiệp của tôi đáng giá bao nhiêu và bao lâu thì sinh lời? Làm thế nào để bạn tìm ra những khách hàng đầu tiên giúp doanh nghiệp cất cánh?

Cho dù bạn đang có ý định khởi nghiệp hay đã đi được một chặng đường, quyển sách của tác giả Ngô Công Trường cho thấy chính xác bạn nên làm gì tiếp theo để đạt mục tiêu nhanh hơn. Đây là quyển sách mang tính chiến lược, giúp bạn tự nhận diện bản thân cũng như mang lại những công cụ giúp bạn thấu hiểu thị trường và những thử thách mà bất kỳ ai cũng phải trải qua khi khởi nghiệp.

Cho dù bạn đang ở giai đoạn nào hay chỉ vừa bắt đầu một dự án khởi nghiệp mới, hãy dành thời gian suy ngẫm và dựa vào những phương pháp được đúc kết trong quyển sách này để đưa ra quyết định khôn ngoan nhất. Chắc chắn bạn sẽ thầm biết ơn những lời “mách nước” của tác giả Ngô Công Trường vì đã giúp bạn có thể thành công ngay lần khởi nghiệp đầu tiên.

Đầu tiên, quyển sách trình bày những lý do cần tránh khi khởi nghiệp. Nếu bạn đang chán công việc hiện tại và muốn kiếm nhiều tiền hơn thì đây có phải lý do hấp dẫn để khởi nghiệp? Đôi khi đằng sau mong muốn khởi nghiệp của bạn là lý do nào đó được trình bày trong phần này. Bạn chỉ cần nhận diện và thay thế chúng bằng những lý do thuyết phục hơn để tạo động lực mạnh mẽ cho bản thân.

Tiếp theo, bạn cần chuẩn bị gì khi khởi nghiệp? Đây là bước khá quan trọng để bạn chuẩn bị cho sự chuyển đổi từ làm công sang làm chủ, liên quan đến kỹ năng quản trị và vận hành doanh nghiệp. Để làm được điều này, bạn phải tỉnh táo hiểu rõ mình đang ở giai đoạn nào. Hầu hết các doanh nhân khởi nghiệp thất bại vì họ không

lường trước những tình huống thực tế mà mình phải đối mặt.

Phần gây ấn tượng nhất với tôi là kỹ năng lập kế hoạch kinh doanh theo mô hình SMARTUP. Đây là điều tạo nên sự khác biệt cho quyển sách. Tác giả trình bày một cách vô cùng dễ hiểu, kỹ càng để giúp bạn tìm được hướng kinh doanh đúng. Thay vì tốn thời gian tự mày mò kế hoạch kinh doanh, tác giả đã thiết kế sẵn bản đồ thành công để bạn triển khai ngay lập tức.

Lợi thế của mô hình này là tính linh hoạt độc đáo. Bất kể bạn đang kinh doanh lĩnh vực gì – từ bán lẻ, tài chính, truyền thông, sản xuất, nông nghiệp cho đến thực phẩm, phần mềm, bất động sản, hay dịch vụ – bạn cũng có thể áp dụng ngay.

Ngoài ra, quyển sách còn đi sâu vào chiến lược phát triển bền vững thông qua việc cải tiến liên tục sản phẩm/dịch vụ, hệ thống và đội ngũ.

Đó là những ý tưởng mà bất cứ nhà khởi nghiệp nào cũng cần phải học qua ít nhất một lần trong đời. Đừng để bản thân phải gánh chịu rủi ro vì thiếu kiến thức. Lời khuyên chân thành của tôi là bạn nên tranh thủ thời gian đọc ngay quyển sách này.

Cái giá phải trả khi khởi nghiệp thất bại là rất lớn, có khi phải gồng gánh những khoản nợ quá sức chi trả. Vậy tại sao không tìm cho mình một hướng đi khôn ngoan ngay từ đầu, bằng việc học và áp dụng những bí quyết mà quyển sách này đề cập? Chúng là những bí quyết bạn không thể tìm thấy ở bất cứ nơi nào khác.

DAVIS TRUYỀN

Phụ trách chuyên mục Nghề nghiệp trên tờ *Huffington Post*

Chương 1 Những lý do cần tránh khi khởi nghiệp

Biết những điều cần tránh trước khi khởi nghiệp sẽ giúp bạn không đi theo vết xe đổ của những người đi trước, hoặc có thể giúp bạn xác định mục tiêu khởi nghiệp, rằng bạn khởi nghiệp vì điều gì.

Biết những điều cần tránh trước khi khởi nghiệp còn giúp doanh nghiệp vừa mới thành lập của bạn tồn tại và phát triển bền vững.

Sau đây là những lý do khởi nghiệp mà bạn cần tránh:

1. Khởi nghiệp vì không biết làm gì.

Vì không biết làm gì nên mới khởi sự một mô hình kinh doanh là chuyện không hề khôn ngoan chút nào cả. Tại sao lại như vậy?

Bạn có sẵn sàng dấn thân ngay cả khi biết chắc rằng mình sẽ thất bại?

Bạn có sẵn sàng chấp nhận mọi rủi ro trên con đường khởi nghiệp?

Bạn có tiếp tục làm việc hăng say kể cả khi không ai thuê bạn?

Bạn có sẵn sàng làm nhiều hơn khi đang không có việc làm?

Đó là những câu hỏi bạn cần phải trả lời trước khi khởi nghiệp, bởi điều đơn giản nhất ở đây chính là: Khi bạn khởi nghiệp, bạn sẽ phải làm nhiều việc hơn tất cả những người đang có việc làm cộng lại. Đó là lý do vì sao một người không biết làm gì khó đi vào quỹ đạo trên con đường khởi nghiệp – tức là phải làm nhiều việc hơn ngay cả khi được tuyển dụng. Bạn đã sẵn sàng đặt chân lên con đường đó chưa?

Nếu bạn rơi vào cảnh không biết làm gì và muốn bản thân tiến lên phía trước, hãy bắt đầu định hình lại cuộc đời: Đâu là giá trị cốt lõi? Đâu là việc cần thiết phải làm ngay bây giờ? Đâu là công việc cần đầu tư nhiều thời gian nhất? Đâu là hướng đi thực sự quan trọng để bắt đầu một cuộc đời mới tốt đẹp hơn? Đó là điều bạn nên làm chứ không phải tiếp tục lao vào khởi nghiệp.

Bạn cũng cần phải hiểu rằng khởi nghiệp là con đường vạn dặm bắt đầu từ bước chân đầu tiên. Và khi đã đi bước đầu tiên trên con đường đó, bạn sẽ phải làm nhiều việc hơn tất cả những người có việc làm ổn định nhất. Bạn có sẵn sàng bỏ thời gian, công sức và làm việc nhiều như thế khi bạn không biết làm gì và cần cảm giác tiến tới không? Câu trả lời cho câu hỏi này thường là không.

Tuy nhiên, nếu bạn bắt đầu với lý do đó, bạn cần phải làm điều tiếp theo và ngược lại: Bắt đầu từ con số 0 cho đến những công việc (mà bạn thậm chí chưa bao giờ đụng đến) nhiều hơn gấp 10, thậm chí là gấp 100 lần. Tương lai sẽ mở ra trước mắt và bạn lại bắt đầu một quỹ đạo tốt hơn trên con đường chinh phục mục tiêu mới.

Sẽ có hy vọng, sẽ có bước đi tiếp theo, sẽ có tương lai nếu bạn làm ngược lại điều bạn bắt đầu: Thay vì không biết làm gì, bây giờ, bạn sẽ phải làm nhiều việc gấp nhiều lần. Nếu bạn sẵn sàng, hãy tiếp tục. Nếu bạn chưa sẵn sàng, bạn nên dừng lại. Khởi nghiệp chưa dành cho bạn, hãy bắt đầu vào lúc khác.

Khởi nghiệp không dành cho những người không thích làm việc mình không yêu thích. Khởi nghiệp dành cho những ai có thể làm tất cả mọi việc cần thiết để phụng sự người khác trên tinh thần có lợi cho tất cả.

---

2. Bất mãn với môi trường làm việc hiện tại.

Những người thành công có động lực làm việc xuất phát từ tình yêu thương nhiều hơn là cảm giác ghét bỏ lẫn nhau. Sự ghét bỏ, đố kỵ… thường mang lại cảm xúc tiêu cực và khó lòng đem đến kết quả tốt đẹp dù bạn đã rất nỗ lực cố gắng. Có lẽ bạn từng được ai đó chia sẻ rằng “một người có thể thành công bằng việc cố gắng vượt qua người khác”, nhưng bạn sẽ không thể tìm thấy người thành công nào đi lên từ lòng ghen ghét người khác.

Bạn có cho rằng: Khởi nghiệp với tư tưởng bất mãn sẽ mang đến thành công sau đó? Câu trả lời cho câu hỏi này dường như là không và nếu có đi chăng nữa thì cũng không lâu dài. Bởi sau này nhân viên của bạn cũng sẽ rời bỏ bạn với lý do đó. Nếu bạn xây dựng công ty dựa trên nền tảng của sự bất mãn thì nhân viên của bạn –

nếu họ giỏi – cũng sẽ làm y như thế.Bạn thấy mình được gì không với tinh thần này?

Không một ai có thể thành công trên nền tảng bất mãn, ghét bỏ, đố kỵ. Lấy tình yêu thương làm gốc mới là căn nguyên của mọi con đường dẫn đến thành công.

Khởi nghiệp nên là dấu hiệu của sự khôn ngoan hơn là dấu hiệu của sự thù hằn. Bởi sẽ chẳng bao giờ có một ai đó sẵn lòng giúp bạn với tinh thần hữu nghị khi sâu thẳm trong lòng bạn vẫn chưa hiện lên bóng dáng của tình yêu thương đối với người khác.

Vậy nếu bạn lấy lý do khởi nghiệp là vì cảm thấy bất mãn với môi trường làm việc hiện tại thì bạn hãy làm ngược lại. Hãy bắt đầu khởi nghiệp với tình yêu thương khách hàng của mình, hãy bắt đầu khởi nghiệp bởi bạn yêu thương người khác và sẵn sàng tạo ra giải pháp để giúp đỡ khách hàng…

Hãy bắt đầu khởi nghiệp bởi bạn yêu thương nhân viên và muốn giúp họ có việc làm trên nền tảng tạo ra giá trị cho cả đôi bên.

Hãy bắt đầu khởi nghiệp bởi tình yêu thương và muốn cống hiến điều gì đó cho cộng đồng.

Hãy bắt đầu khởi nghiệp bởi bạn biết rằng: Phục vụ trên nền tảng yêu thương sẽ mang điều tốt đẹp hơn đến với thế giới và mục tiêu đó còn vĩ đại hơn cả sự nghiệp của bạn.

Vì vậy, thay vì khởi nghiệp với sự bất mãn, hãy bắt đầu khởi nghiệp với tình yêu thương.

---

3. Mọi thứ đều phải tuân theo quyết định của bạn, bạn muốn làm chủ.

Làm sao bạn có thể làm một điều gì đó suôn sẻ nhất mà không có sự hỗ trợ của bất kỳ ai? Có một câu nói rất hay về cách làm việc và khởi nghiệp - làm chủ, đó là: “Nếu bạn làm nhân viên, bạn chỉ có một người sếp. Nhưng khi bạn bước ra khởi nghiệp - làm chủ, bạn sẽ có vô số vị sếp, đó chính là những khách hàng của bạn”. Và điều đó đúng 100%. Khởi nghiệp chính là lựa chọn một công việc “làm dâu trăm họ”, để từ đó bạn bắt đầu một hành trình vạn dặm mà đi

đến đâu bạn cũng gặp “sếp” của mình. Hãy thử nghĩ mà xem: Nếu bạn muốn tất cả đều tuân theo quyết định của bạn vì bạn là sếp thì làm sao bạn có thể phục vụ khách hàng tốt nhất? Bởi khách hàng chính là những “ông sếp” thực sự, có khả năng cứu sống hoặc giết chết doanh nghiệp của bạn. Nếu bạn muốn làm chủ, muốn tự mình quyết định mọi thứ và bắt đầu khởi nghiệp từ đó, thì con đường phía trước sẽ là vực thẳm.

Làm công ăn lương là giải pháp chung dành cho tất cả mọi người, nhưng phần lớn chúng ta đều không cảm thấy đồng lương nhận được tương xứng với nỗ lực của bản thân. Nguyên nhân là vì hầu hết những người làm công ăn lương chỉ phục vụ có một ông chủ mà thôi. Mặc dù đó thường là “ông chủ lớn” nhưng về số lượng vẫn chỉ có một, cho nên *công* nhận được không tương xứng với *sức* bỏ ra, dẫn đến tâm lý không thỏa mãn. Về cơ bản, chính vì lý do này mà mọi người bắt đầu khởi nghiệp. Tuy nhiên, có một điều lạ xảy ra: Khi khởi nghiệp, bạn sẽ phải phục vụ “nhiều ông chủ” hơn nữa. Nếu không sẵn sàng làm việc đó, bạn sẽ thất bại. Để thành công, gần như bạn phải làm ngược lại.

Hãy bắt đầu với việc phục vụ nhiều người sếp hơn!

Hãy bắt đầu thích nghi với sự hướng dẫn đúng đắn của người khác, sẵn sàng lên tiếng nếu họ đang đi sai đường và cần bạn điều chỉnh.

Hãy bắt đầu từ những điều đơn giản nhất: Phục vụ nhiều hơn, tương hỗ nhiều hơn, thích nghi nhiều hơn, hành động cống hiến nhiều hơn… và đặc biệt là “hãy quên mình khi phụng sự người khác”.

Thay vì muốn được quyết định tất cả mọi việc thì bây giờ hãy làm ngược lại và bạn sẽ là người chiến thắng tiếp theo trong số những “siêu sao” khởi nghiệp thông minh.

Mahatma Gandhi, một trong những người được tôn làm thánh sống, từng nói: “Cách tốt nhất để biết mình là ai là hãy quên mình khi phụng sự người khác”. Bạn có sẵn sàng quên mình khi phụng sự người khác chưa?

---

4. Có nhiều thời gian dành cho gia đình và bản thân.

Đây là một mong muốn chính đáng chứ không phải sai lầm. Nếu như ba lý do đầu tiên thường dẫn đến thất bại và nghiêng về cảm xúc tiêu cực thì lý do thứ tư về cơ bản là một điều tích cực. Tuy nhiên, nó vẫn không thể dẫn bạn đến đích trên con đường đã lựa chọn. Tại sao lại như thế? Sau khi khởi nghiệp, thực tế xảy ra thường ngược lại với hình dung, đó là bạn đã có ít thời gian thì nay sẽ càng có ít thời gian hơn.

Tôi có may mắn tiếp xúc với rất nhiều bạn trẻ khởi nghiệp. Trước khi khởi nghiệp, họ có một cuộc sống cá nhân khá phong phú. Họ có thời gian chơi thể thao, gặp bạn bè để trao đổi thông tin, cuối tuần thì đi chơi với người yêu và hơn nữa là có thời gian dành cho gia đình. Tuy nhiên, khi khởi nghiệp, đa số chúng ta phải làm việc từ 16 đến 20 giờ mỗi ngày, vì thế thời gian dành cho những việc nêu trên trở nên xa xỉ. Một khi chúng ta không dành đủ thời gian cho những người xung quanh mình, thì bạn bè, người yêu và gia đình sẽ ngày càng xa cách và mối quan hệ không còn tốt như xưa. Đây chính là thực tế khắc nghiệt mà khi khởi nghiệp bạn phải chấp nhận. Không ít bạn phải chia tay người yêu ngay trong giai đoạn khởi nghiệp. Nhiều bạn trở nên béo phì vì không có thời gian tập thể dục và căng thẳng kéo dài. Chưa bao giờ khởi nghiệp là con đường trải đầy hoa hồng.

Dale Carnegie – tác giả của *Đắc nhân tâm*, một trong những cuốn sách nổi tiếng nhất, bán chạy nhất và có tầm ảnh hưởng nhất mọi thời đại – đã nói: “Nếu cuộc đời ném vào bạn một quả chanh, hãy biến nó thành ly nước chanh ngon ngọt”. Và đó cũng là tinh thần của người khởi nghiệp chân chính.

Khi khởi nghiệp, bạn là người chưa bao giờ bước lên một nấc thang nào cả, thực tế là bạn đang ở dưới mặt đất và chờ ngày tiến lên mặt đất, sau đó đi như người bình thường với thương tổn đầy mình. Đó cũng chính là lý do tại sao bạn phải vượt qua sáu tháng đầu tiên của giai đoạn khởi nghiệp và vươn lên khỏi mặt đất, nếu không dự án của bạn sẽ vĩnh viễn đi vào dĩ vãng.

Ước mơ khởi nghiệp để dành nhiều thời gian hơn cho gia đình và cá nhân mãi mãi chỉ là mơ ước, bởi nó sẽ không bao giờ trở thành

hiện thực cho đến khi bạn hoàn thành công cuộc khởi nghiệp của mình. Ít nhất trong sáu tháng đầu tiên, bạn sẽ phải làm việc liên tục và hầu như không có thời gian nghỉ.

Vì vậy, thay vì mơ ước có nhiều thời gian dành cho gia đình và bản thân, bạn nên làm điều ngược lại khi khởi nghiệp: Chuẩn bị tinh thần chiến binh để chiến thắng mọi thứ, bất chấp mọi sóng gió xảy ra trên con đường khởi nghiệp.

5. Tự do trong việc sử dụng thời gian.

Bạn có thể bắt đầu khởi nghiệp với tư tưởng này nhưng nó không kéo dài được lâu, bởi trong thực tế, một khi khởi nghiệp thì bạn hầu như không có ngày nghỉ, cũng sẽ không có tự do cho đến khi doanh nghiệp của bạn đã được định hình và chức phận của nó được xác lập. Nếu là chủ doanh nghiệp thì gần như bạn sẽ phải làm tất cả mọi thứ.

Được tự do lựa chọn giờ giấc làm việc và ngày nghỉ chỉ xảy ra trong trường hợp bạn đã có một doanh nghiệp hoàn chỉnh đi vào hoạt động ổn định và bạn làm chủ cỗ máy in tiền đó. Tuy nhiên, ở giai đoạn đầu vận hành cỗ máy, mọi việc không đơn giản như thế. Nếu bạn không thể vượt qua giai đoạn “dưới mặt đất” để đi lên và sau đó tiếp đất, thì bạn sẽ mãi mãi ở dưới mặt đất. Và vì thế sẽ không bao giờ có khái niệm *tự do* trong “từ điển”. Điều đó sẽ không bao giờ xảy ra.

Bạn mơ ước sự tự do? Bạn có sẵn lòng đánh đổi từ sáu tháng đến bốn năm làm việc cật lực không ngày nghỉ để có được tự do như mình mong muốn?

Bạn mơ ước sự lựa chọn? Bạn có sẵn lòng đánh đổi từ sáu tháng đến bốn năm không có bất kỳ lựa chọn nào ngoài việc bạn sẽ phải phục vụ khách hàng của mình liên tục với những yêu cầu chính đáng nhất có thể?

Bạn mơ ước làm việc và nghỉ ngơi một cách cân bằng? Bạn có sẵn sàng đánh đổi từ sáu tháng đến bốn năm làm việc như điên, không cần bất cứ điều gì “tiếp lực” mà vẫn “hưng phấn” như thường?

Sẽ thật tuyệt vời nếu bạn sẵn sàng đánh đổi, còn nếu ngược lại, khởi nghiệp không dành cho bạn. Có một con đường khác để đi, tùy bạn và tùy vào sức của bạn. Hãy khôn ngoan!

Vậy là bạn đã đến được lý do thứ năm cần tránh trên con đường khởi nghiệp. Hiển nhiên điều này không phải lúc nào cũng dễ chịu. Bởi những lý do được đưa ra đều là những lý do mà hầu hết mọi người mơ ước đạt được cũng như bắt đầu với nó. Tuy nhiên nói chung, đó vẫn là những lý do sai lầm cần tránh, cần khắc phục và hầu hết cần phải tư duy ngược lại trước khi bạn tiến xa hơn.

Có một doanh nhân lớn đã nói: “Khi mọi người cùng đi theo một hướng nào đó thì hầu như chắc chắn tôi sẽ không đi. Bởi hướng đó sẽ dẫn đến sai lầm, hoặc sẽ chẳng bao giờ giúp tôi trở nên khác biệt”. Đó cũng là lý do tại sao hầu hết mọi người đều khởi sự doanh nghiệp không thành công, bởi đơn giản họ đã khởi sự doanh nghiệp với những lý do “không đúng”, và thất bại là điều có thể đoán trước.

Thất bại trong chuẩn bị là chuẩn bị cho thất bại.

---

6. Làm giàu.

Bạn có thấy lý do này sai lầm ở điểm nào không? Đơn giản là điều này chỉ xảy ra khi doanh nghiệp đã hoàn chỉnh. Không bao giờ có chuyện mới khởi nghiệp mà số tiền bạn kiếm được lại nhiều hơn số tiền bạn làm công (nếu có là do bạn quá giỏi). Vì bạn đang ở dưới mặt đất thì làm sao có thể so bì với người đang đi bình thường trên mặt đất?

Bạn có biết tại sao một doanh nghiệp hoàn chỉnh lại kiếm được nhiều tiền hơn khi làm công không? Đó là bởi vì bạn phục vụ được “nhiều ông chủ hơn” so với “một ông chủ” khi bạn làm công. Từ đó suy ra: Số tiền bạn kiếm được tỷ lệ thuận với giá trị bạn tạo ra. Nhưng trong giai đoạn đầu của khởi nghiệp, thậm chí bạn cần phải mua giá trị của người khác hoặc một nhóm người khác để tạo ra giá trị cho mình, nên về cơ bản, bạn mất tiền nhiều hơn là được tiền. Và đó cũng là lý do bạn khó có thể kiếm được nhiều tiền hơn là làm công, mặc dù có một số doanh nhân làm được như thế thật.

Bạn muốn biết sự thật chứ?

Sự thật là có 90-95% doanh nghiệp thất bại trong năm năm đầu tiên. Đó là con số thống kê đáng tin cậy về số doanh nghiệp được thành lập và phá sản tại Việt Nam cũng như trên thế giới. Bạn có nghĩ điều này là đáng báo động? Không đâu. Đó là con số bình thường nhất hàng trăm năm nay rồi và nó sẽ mãi như thế cho đến sau này, không đổi. Vậy thì câu hỏi đặt ra ở đây là: Làm sao họ lại bị phá sản nếu như chủ doanh nghiệp kiếm được số tiền nhiều hơn số tiềnlàm công? Quả thật, làm công thì không thể phá sản, mà lập doanh nghiệp bị phá sản thì tất nhiên khoản cân bằng thu chi về tài chính của doanh nghiệp sẽ không thể vượt quá thu chi khi làm công – điều này rất dễ hiểu. Đơn giản hơn, nếu một doanh nghiệp thất bại thì phần lớn là mang nợ nhiều hơn kiếm được tiền.

Hãy tỉnh táo hơn với điều này: chưa bao giờ số lượng doanh nghiệp phá sản lại nhiều như bây giờ, mặc dù số lượng doanh nghiệp khởi sự vô cùng lớn. Ước mơ khởi nghiệp thực sự cháy bỏng trong con tim những người trẻ tuổi, nhưng chỉ khi ước mơ đó không đến từ tiền mà xuất phát từ nhiều động lực cao quý hơn thì mới có thể thành công. Nếu không, ước mơ khởi nghiệp thành công mãi mãi chỉ là mơ ước…

Để thành công trong khởi nghiệp với mục tiêu “kiếm được nhiều tiền hơn làm công” thì một lần nữa bạn phải làm ngược lại: Hãy làm công nhiều hơn trước khi có thể kiếm được tiền nhiều hơn. Như bạn đã biết, khởi nghiệp là quá trình gian truân đi tìm nhiều ông chủ, càng nhiều ông chủ càng tốt, đồng nghĩa với việc bạn sẽ phải phục vụ nhiều hơn trước khi nghĩ đến việc có được nhiều tiền hơn nữa.

Đằng sau thành công của một doanh nhân khởi nghiệp chính là tâm thế phục vụ cộng đồng thông qua việc giải quyết vấn đề của xã hội, chứ không phải là chăm chăm đi kiếm tiền và kiếm tiền.

Càng về sau, lý do càng hấp dẫn hơn và có vẻ gần với lý do đúng hơn, nhưng thật sự thì nó vẫn là những lý do cần tránh. Bởi có một sự thật lớn hơn là: Làm giàu và kiếm tiền nhanh thường không tồn

tại đồng thời.

Bởi vì con đường làm giàu thường không phải là con đường kiếm tiền nhanh; ngược lại, con đường kiếm tiền nhanh thường không phải con đường dẫn đến sự giàu có.

Bạn có biết con đường kiếm tiền nhanh nhất là con đường nào không? Đó là mua vé số hôm nay, ngày mai trúng thưởng. Tuy nhiên, điều đáng buồn là trên thực tế, số người mất tiền lớn hơn gấp nhiều lần số người được tiền.

Bạn có biết con đường kiếm tiền nhanh hơn nữa là con đường nào không? Đó là đến các casino, đánh bạc và trúng thưởng ngay lập tức với số vốn ít hơn rất nhiều so với tiền lời. Tuy nhiên, điều đáng buồn là không những không trở nên giàu có mà nhiều người còn phải trả giá đắt cho hành động của mình.

Bạn có biết rằng con đường kiếm tiền nhanh thường tiềm ẩn nhiều hiểm nguy? Hiển nhiên sẽ chẳng có con đường tắt nào dẫn đến vinh quang. Giờ đây, bạn có thể đi vào con đường kiếm tiền nhanh, nhưng đó không phải là con đường giàu có. Giả sử bạn có thể kiếm tiền nhanh một cách chân chính thì con đường đó chính là một đồ thị kiếm tiền theo cấp số cộng – đó là con đường tăng dần đều, chẳng bao giờ có đột biến về tài chính – và bạn chẳng bao giờ giàu có.

Ngược lại, đồ thị kiếm tiền của người đi theo con đường giàu có thì không phải là cấp số cộng mà là cấp số nhân. Thực tế, khi mới bắt đầu, cấp số nhân thua cấp số cộng nhưng càng về sau cấp số nhân sẽ vượt qua cấp số cộng gấp nhiều lần. Sự khác nhau giữa làm giàu và kiếm tiền nhanh là ở chỗ đó. Và thường thì không thể có một cấp số nào vừa là cấp số cộng vừa là cấp số nhân, cho nên khó lòng tồn tại con đường kiếm tiền nhanh và làm giàu cùng lúc.

Khởi nghiệp là bài toán bắt đầu xây dựng doanh nghiệp, thường thì con đường này không mang đến sự giàu có chóng vánh và lại càng không thể kiếm tiền nhanh. Bạn lấy lý do gì để mơ ước làm giàu và kiếm tiền nhanh trong giai đoạn đầu khởi nghiệp? Mặc dù vậy, với một doanh nghiệp hoàn chỉnh, bạn có thể hoàn toàn được tự do về

tài chính và kiếm tiền nhanh chóng hơn bao giờ hết. Nếu không thế thì tại sao 90% những người giàu có trên thế giới đều có doanh nghiệp và đi lên từ con đường kinh doanh?

Khởi nghiệp là con đường vất vả trong giai đoạn đầu và về sau mới có hoa thơm trái ngọt. Cũng như Vua phát minh, nhà kinh doanh lỗi lạc Edison đã nói: "Thiên tài là 1% trí tuệ cộng với 99% mồ hôi và nước mắt". Câu nói đó có thể áp dụng cho những doanh nhân khởi nghiệp: "Doanh nhân khởi nghiệp thành công là nhờ 1% trí tuệ - tài năng cùng 99% mồ hôi và nước mắt".

7. Bị mất một khoản nào đó nên giờ muốn kiếm tiền để bù lại.

Có một câu nói khôi hài liên quan đến những người khởi nghiệp với mục đích kiếm tiền bù lại một khoản đã mất nào đó: "Nếu lý do khởi nghiệp của bạn là cố gắng lấy lại những gì đã mất thì có thể bạn sẽ mất luôn những gì đang có".Điều này cũng dễ hiểu thôi, vì khởi nghiệp là bắt đầu một sự nghiệp và bạn không thể bắt đầu một sự nghiệp với cảm giác thiếu thốn và ghen tỵ, điều đó chắc chắn sẽ đưa bạn đến thất bại.

Nếu như lấy lại những tài sản đã mất là lý do để bạn khởi nghiệp thì tôi khuyên rằng bạn không nên khởi nghiệp. Nếu khởi nghiệp với lý do này, chắc chắn bạn sẽ thua cuộc.

Khởi nghiệp là quá trình đi từ phụng sự đến phụng sự, đi từ con tim đến con tim và giúp đỡ người khác đạt được những điều họ muốn, từ đó, bạn sẽ đạt được những điều mình muốn. Còn vì lý do để trả nợ, vốn là một mục tiêu ngắn hạn mà bạn phải bắt đầu một sự nghiệp với công việc thường chiếm 24/7 thời gian của bạn, thì bạn sẽ không thể nào thành công.

Giá trị tuyệt vời của khởi nghiệp là bạn có sản phẩm tốt hơn và mang lại giải pháp tốt hơn cho cộng đồng. Những lý do còn lại sẽ không đưa bạn đi đến đâu cả. Vậy nên hãy nhớ rằng:

"Nếu lý do khởi nghiệp của bạn là cố gắng lấy lại những gì đã mất thì có thể bạn sẽ mất luôn những gì đang có".

8. Chứng tỏ bản thân.

Thực tế, không chỉ với khởi nghiệp mà trong bất kỳ công việc nào, nếu bạn làm với tư tưởng để chứng minh, bạn sẽ không thể thành công. Và nếu có thành công thì đó vẫn là thành công tạm thời. Bạn làm việc thành công đơn giản bởi vì đó là đam mê của bạn, chứ không phải để chứng minh với người khác rằng bạn là người thành công qua công việc. Điều này chẳng có ý nghĩa gì cả. Chưa kể, tâm lý chứng minh thành công thường xuất phát từ sự kém cỏi của bản thân, bởi người hiểu rõ chính mình thì không cần chứng minh. Cố gắng chứng minh một điều gì đó đúng là một sai lầm đến từ suy nghĩ không chấp nhận bản thân; nếu một người không thể tự chấp nhận chính mình thì người đó sẽ không thể thỏa mãn được và thành công mãi mãi là mơ ước.

Câu chuyện khởi nghiệp cũng có một ý nghĩa tương tự: Nếu bạn khởi nghiệp với tâm thế và lý do để chứng tỏ bản thân thì chắc chắn công cuộc khởi nghiệp này sẽ thất bại thảm hại. Bởi vì khởi nghiệp là một quá trình gian truân, nên trong thời gian bạn "bận bịu" chứng minh, có thể sẽ chẳng còn ai để bạn chứng minh sau khi khởi nghiệp thành công nữa, hoặc có thể bạn sẽ chẳng bao giờ vươn tới thành công cho đến khi bạn hiểu rằng: thành công trong khởi nghiệp chính là sự thật hoặc là không thành công. Nếu nó là sự thật, bạn không cần chứng minh; nếu nó không thành công, dù bạn có chứng minh như thế nào thì nó vẫn là một doanh nghiệp không thành công.

Có một danh nhân đã nói: "Có hai loại người trên thế giới: Người tuyên bố mình làm nên chuyện và người làm nên chuyện. Nhóm thứ hai ít hơn". Bạn thấy điều gì qua câu nói này? Đó là những người vĩ đại thường ít hơn những người tuyên bố mình là như thế rất nhiều.

Câu nói này cũng chính là lời khuyên dành cho những người khởi nghiệp với mục đích chứng tỏ bản thân. Thực tế là: Doanh nhân khởi nghiệp cặm cụi đi làm sẽ thành công nhiều hơn những doanh nhân khởi nghiệp mải mê đi nói.

Vì vậy, thay vì khởi nghiệp với ước muốn chứng tỏ bản thân thì

thay vào đó, chúng ta nên phụng sự người khác bằng việc giải quyết vấn đề của họ thông qua năng lực, sở trường và chuyên môn cốt lõi của bản thân hoặc một nhóm người trong một tổ chức vận hành.

Bạn có sẵn sàng giúp đỡ người khác bằng năng lực của mình không?

Bạn có sẵn sàng giúp đỡ người khác bằng sở trường của mình không?

Bạn có sẵn sàng giúp đỡ người khác bằng chuyên môn cốt lõi nhất của mình không?

Nếu làm được như vậy, bạn không cần phải chứng minh, tự khắc mọi người sẽ công nhận bạn.

Để thành công trong khởi nghiệp: Hãy có "tư tưởng bậc thầy nhưng phụng sự như người đầy tớ".

---

9. Được làm những điều mình yêu thích.

Cống hiến hết mình cho những gì bạn thích là một lý do chính đáng, bởi lẽ cuộc đời của mỗi con người cần phải có đam mê thì mới mong làm đến nơi đến chốn. Tất nhiên, nếu không thích những gì bạn làm thì bạn sẽ không thể khởi nghiệp thành công. Đó thực sự là một lý do chính đáng để khởi nghiệp. Chỉ có điều thực tế lại không như mong muốn. Khi khởi nghiệp, bạn sẽ phải làm rất nhiều việc mà có thể bạn chẳng hề thích, dù chỉ là một chút. Và đó là giai đoạn rèn luyện để phụng sự khách hàng tốt hơn. Nếu chỉ làm những việc bạn yêu thích, con đường khởi nghiệp của bạn sẽ sớm khép lại, bởi sẽ có rất nhiều việc khách hàng thích mà bạn không thích, nhưng bạn bắt buộc phải hoàn thành chúng.

Có nhiều người cho rằng nếu không khởi nghiệp thì sẽ chẳng có điều kiện cống hiến hết mình cho những thứ mà mình yêu thích. Điều này đúng nhưng chưa đủ để xây dựng một doanh nghiệp thành công. Bạn sẽ phải xoay xở chật vật với vô vàn thứ khiến bạn lao đao. Tất cả những gì liên quan đến khởi nghiệp không chỉ giới hạn trong những việc bạn thích làm mà thường là tất cả những việc liên

quan đến kinh doanh mà có thể bạn chẳng bao giờ biết đến, như: tài chính - kế toán, tiếp thị, bán hàng, phân phối, quan hệ với đối tác, nghiên cứu - phát triển sản phẩm… Trong giai đoạn đầu, thậm chí bạn còn phải kiêm luôn vai trò bảo vệ, tạp vụ cũng không chừng. Nếu chỉ giới hạn trong những điều bạn thích, sớm hay muộn doanh nghiệp của bạn cũng sẽ phải đóng cửa. Bạn sẽ kết thúc cuộc chơi mà không biết vì sao lại thế. Hãy nhớ rằng: Khi khởi nghiệp, bạn sẽ phải làm những việc khách hàng thích chứ không phải những việc bạn thích và chính vì thế, sẽ không có chuyện "cống hiến hết mình cho những gì mình thích" trước khi doanh nghiệp của bạn lớn mạnh.

Nói đến đây chắc bạn cũng đã thấy rằng nếu các lý do trên đều không phải là lý do để khởi nghiệp, vậy lý do nào là chắc chắn để xây dựng một doanh nghiệp thành công? Chỉ có hai lý do để khởi sự một doanh nghiệp và làm nên thương hiệu cũng như giá trị doanh nghiệp đúng nghĩa:

- Lý do khởi nghiệp thứ nhất: sản phẩm/dịch vụ của bạn có giải pháp tốt hơn sản phẩm/dịch vụ hiện tại. Và:
- Lý do thứ hai: sản phẩm/dịch vụ của bạn có giá tốt hơn sản phẩm/dịch vụ hiện tại.

Nếu sản phẩm/dịch vụ của bạn có giải pháp tốt hơn thì giá của bạn như thế nào cũng được. Nhưng nếu ngược lại thì giá của bạn sẽ phải tốt hơn để cạnh tranh với các đối thủ trên thương trường.

Hãy làm tốt hơn theo cách khác biệt nhất, bạn sẽ chiến thắng.

Lời khuyên về vấn đề hoạch định sự nghiệp dành cho các bạn trẻ của Jack Ma

Năm 2014, thu nhập của Jack Ma[(1)] là 18,5 tỷ đô-la, bằng gần 1/2 tổng dự thu ngân sách của Việt Nam năm 2014 (khoảng 919 nghìn tỷ đồng). Vì sao một cá nhân lại có thể kiếm được số tiền bằng một nửa ngân sách của quốc gia có 94 triệu dân? Hẳn là sẽ có nhiều băn khoăn trong quá trình đi tìm lời đáp cho câu hỏi này. Chỉ biết rằng, với người trẻ, chắc chắn họ cần phải nỗ lực hết sức mình. Và lời khuyên của Jack Ma không phải là thừa.

Dưới đây là chia sẻ của Jack Ma trong một chương trình trò chuyện với giới trẻ:

"Đừng quá lo!

Mọi sai lầm đều là tài sản, là lợi tức quý báu cho mỗi người. Thế nên tôi thường tự dặn mình và nói với các bạn trẻ của tôi rằng:

- Trước 20 tuổi, hãy học hành cho tốt. Muốn trở thành doanh nhân, bạn cần học chút kinh nghiệm.

- Trước 30 tuổi, hãy đi theo một ai đấy, vào một công ty nhỏ mà làm. Thường thì công ty lớn là nơi rất tốt để học quy trình làm việc và các bạn chỉ là một bộ phận trong một cỗ máy lớn. Nhưng khi làm cho công ty nhỏ, ta học được cách đam mê, cách khao khát. Ta học cách làm nhiều việc cùng một lúc. Thế nên trước 30 tuổi, điều quan trọng không phải là theo công ty nào mà là theo người sếp nào. Quan trọng lắm đấy, sếp giỏi dạy chúng ta rất khác.

- Và từ 30 đến 40 tuổi, bạn phải xác định rõ ràng việc tự kinh doanh nếu thực sự muốn trở thành doanh nhân.

- Kể từ 40 đến 50 tuổi, hãy cố gắng tập trung làm tất cả những gì mình giỏi nhất. Không nên cố nhảy sang lĩnh vực khác nữa, muộn quá rồi. Có thể bạn sẽ thành công nhưng tỷ lệ thất bại quá cao (ngoại trừ một số trường hợp đặc biệt và bạn tin rằng mình có khả năng để bắt đầu lại). Từ 40 đến 50 tuổi hãy nghĩ cho kỹ, làm sao để

tập trung vào cái mình giỏi nhất.

- Thế nhưng, từ 50 đến 60 tuổi thì hãy đầu tư cho thế hệ trẻ. Vì lúc đấy họ làm việc tốt hơn bạn nhiều. Hãy nhờ cậy, đầu tư cho thế hệ trẻ để họ trở thành người tài giỏi.

- Còn từ 60 tuổi trở đi, hãy dành thời gian cho bản thân. Tắm nắng trên bãi biển chẳng hạn, vì thông thường lúc ấy bạn rất khó tìm được cơ hội".

Đây là những lời khuyên dành cho tôi và cho các bạn, những người trẻ đầy nhiệt huyết. 25 tuổi, cứ sai lầm thoải mái để có được nhiều bài học quý báu cho bản thân.

"Khởi nghiệp là một con đường thú vị nhưng đầy khó khăn. Khởi nghiệp thông minh sẽ giúp bạn giảm bớt khó khăn, gia tăng sự thú vị để bạn luôn có tinh thần chiến đấu minh mẫn và vươn đến thành công."

PHẠM ĐĂNG DUY
Tổng Giám đốc Công ty Quảng cáo April+

Chương 2 Cần chuẩn bị những gì để khởi nghiệp

Để khởi nghiệp, bạn không chỉ cần có một niềm khát khao thành công, một ước mơ cháy bỏng, một ý chí vươn lên mạnh mẽ, mà điều quan trọng nhất chính là tinh thần "chiến binh" sẵn sàng chiến đấu để giành chiến thắng dù có trải qua bao nhiêu thất bại, thử thách và gian lao. Đó là cả quá trình chuẩn bị kỹ lưỡng mọi thứ trước khi chính thức bước vào một chặng đua nhiều thử thách. Nhiều người cho rằng chặng đua thực sự của khởi nghiệp là cuộc "chiến" với nhiều đối thủ cạnh tranh, tuy nhiên, sự thật hoàn toàn ngược lại. Cuộc đua này phần nhiều là sự nâng cấp, cải thiện bản thân hơn là những gì thuộc về bên ngoài. Bạn vẫn phải luôn chiến đấu vì những gì bạn cho là đúng và còn bởi vì cuộc đời của một doanh nhân không phải lúc nào cũng sóng lặng gió êm. Bạn phải vượt qua cả một hành trình khó khăn, đầy thử thách để đến bến bờ bên kia của chiến thắng.

Như một chiến binh, trước khi lâm trận, bạn phải trang bị cho mình một tinh thần dũng cảm cùng những năng lực cần thiết để có thể giành chiến thắng trong bất kỳ cuộc đua nào.

Bạn có sẵn sàng làm việc quần quật từ 12 đến 16 tiếng không? Bạn có sẵn sàng làm việc gấp rưỡi đến gấp đôi những công nhân viên chức bình thường không?

Bạn có sẵn sàng làm việc không công để có thể phục vụ tốt hơn cho khách hàng của mình, trước khi có thể nhận thêm những đồng tiền từ họ?

Bạn có sẵn sàng cho đi tất cả để chỉ nhận về sự hài lòng của khách hàng?

Bạn có sẵn sàng thức thâu đêm và làm việc suốt ngày chỉ để hoàn thành một công việc bắt buộc vì sự trung tín với khách hàng, chứ không phải vì đó là công việc bạn yêu thích?

Bạn có sẵn sàng vượt qua mọi gian nguy chỉ với một tia sáng le lói

cuối đường hầm và bạn quyết tâm đến đó thật nhanh để tìm ra ánh sáng cho doanh nghiệp của mình?

Và hơn bao giờ hết, bạn có sẵn sàng chấp nhận thất bại để làm lại tốt hơn với phương châm nổi tiếng của nhà sáng lập tập đoàn Hyundai Chung Ju-yung : "*Không bao giờ thất bại, tất cả chỉ là thử thách*"?

Điều tuyệt vời nhất là trước khi khởi nghiệp, hầu hết các doanh nhân thành công đều chuẩn bị tất cả những điều này cho một hành trình xa vạn dặm và chưa thấy điểm đến. Nhưng họ vẫn cứ tiến thẳng về phía trước.

Nói như Steve Jobs: "Hãy cứ khao khát, hãy cứ dại khờ". Và câu nói đó thực sự dành cho những người trẻ đam mê khởi nghiệp hôm nay.

Bây giờ, bạn đã sẵn sàng đứng vào vạch xuất phát, vậy tiếp theo bạn cần chuẩn bị những gì để khởi nghiệp?

1. Kế hoạch tài chính.

Tài chính là điều kiện đầu tiên khi bạn bắt đầu làm chủ doanh nghiệp của mình. Dù là ai thì bạn cũng sẽ hiểu rằng, không có người nào khởi sự một doanh nghiệp với cái túi rỗng không cả. Vì bạn không còn nhận được khoản lương ổn định hằng tháng, nên ít nhất bạn cần phải có một số tiền nhất định đủ nuôi sống bản thân để toàn tâm toàn ý bắt tay vào khởi nghiệp. Có thể điều đó không dễ chịu chút nào, nhưng lại là điều hiển nhiên khi bạn khởi nghiệp và ngay cả khi bạn đã có một doanh nghiệp hoàn chỉnh.

Nhiều năm về trước, có một doanh nhân thành công đã đưa ra triết lý về kinh doanh mà không phải ai cũng hiểu được ẩn ý trong đó: Chủ doanh nghiệp chính là người trả tiền cho tất cả mọi người trước khi trả tiền cho chính mình, chứ không phải là người trả tiền cho mình trước nhất.

Đầu tiên, chủ doanh nghiệp phải là người trả tiền cho bộ phận sản xuất để họ tạo ra sản phẩm mang lại lợi ích cho khách hàng.

Thứ hai, chủ doanh nghiệp phải trả tiền cho những người làm kinh doanh - marketing - tiếp thị - quảng cáo - vận chuyển để họ bán sản phẩm cho khách hàng.

Thứ ba, chủ doanh nghiệp phải trả tiền cho các bộ phận quản lý hệ thống doanh nghiệp như: kế toán, nhân sự…

Thứ tư, chủ doanh nghiệp phải trả tiền cho những ai đem tới sự tối ưu trong hệ thống vận hành của doanh nghiệp để làm giảm chi phí đến mức thấp nhất có thể.

Thứ năm, chủ doanh nghiệp phải trả tiền thuế và những ai liên quan đến tài chính doanh nghiệp.

Cuối cùng, chủ doanh nghiệp nhận phần tiền còn dư… và chủ doanh nghiệp giàu bởi vì phần tiền này thường là phần nhiều, mặc dù là phần sau cùng.

Có một câu hỏi quan trọng: Nếu không có một kế hoạch tài chính trước khi khởi nghiệp, bạn sẽ lấy tiền đâu để trả cho mọi người trước khi chi trả cho chính mình?

Hãy chuẩn bị một kế hoạch tài chính cho cá nhân và cho doanh nghiệp của bạn trong thời gian tối thiểu sáu tháng, thậm chí theo lời khuyên của những người đã từng khởi nghiệp tại Thung lũng Silicon thì phải là 18 tháng. Sự hỗ trợ từ gia đình và một việc làm song song sẽ góp phần giúp chúng ta vượt qua giai đoạn đầu tiên đầy khó khăn này. Nhưng không phải lúc nào việc này cũng mang đến những thuận lợi cho giai đoạn đầu khởi nghiệp vì sự hỗ trợ từ gia đình sẽ không quý bằng những đồng tiền bạn tự tiết kiệm và thông thường, bạn sẽ sử dụng hoang phí hơn. Bên cạnh đó, có một công việc song song sẽ giảm bớt áp lực tài chính của bạn trong thời gian đầu, nhưng bạn biết đấy: khi làm đồng thời hai việc thì bạn sẽ không toàn tâm, toàn ý với kế hoạch khởi nghiệp của mình. Bạn sẽ phải chia đôi thời gian, công sức để có thể hoàn thành tốt cả hai việc và kết quả là bạn sẽ không thể hoàn thành tốt cả hai vì không đầu tư đủ thời gian lẫn công sức. Có thể thấy, khởi nghiệp là một giai đoạn bộn bề khó khăn.

Vì thế, tiết kiệm là ý tưởng không tồi để khởi sự một doanh nghiệp

hướng tới thành công. Điều đó có nghĩa là bạn phải giảm thiểu tất cả những khoản chi cho bản thân. Hãy sống một cuộc sống giản dị để thực hiện ước mơ khởi nghiệp của mình.

Bạn nghĩ rằng bước ra ngoài khởi nghiệp là bạn sẽ được ngẩng cao đầu? Thế nhưng, có khi mọi thứ sẽ diễn ra hoàn toàn ngược lại. Để giúp bạn hình dung về câu chuyện khởi nghiệp và vì sao cần chuẩn bị một kế hoạch tài chính chu toàn cho bản thân và cho doanh nghiệp của bạn, tôi xin kể với bạn câu chuyện sau:

> Có một con lừa đang đi trên đường, vì không chú ý nên nó bị rơi xuống một cái hố. Đó là một cái hố rác, mọi người xung quanh hay đổ rác xuống đó. Ban đầu, con lừa rất bực mình, nó rất ghét việc phải nhận khoản thức ăn thừa rơi xuống đầu mỗi ngày. Tuy nhiên, nó sớm nhận ra rằng: nó có thể sử dụng số thức ăn thừa này.
>
> Vậy là ngày qua ngày, nó ăn thức ăn thừa con người đổ xuống để vượt qua cơn đói, đồng thời đạp lên đống rác đó để từ từ nhô cao lên, gần hơn với miệng hố, cho đến một ngày, nó nhảy lên mặt đất sau quãng thời gian dài ở dưới mặt đất.
>
> Hành trình của một người khởi nghiệp thực chất là "đi lên từ dưới mặt đất" và đó cũng chính là câu chuyện đáng ngạc nhiên về khởi nghiệp mà ít ai ngờ tới. Khởi nghiệp không phải là bước lên cao mà thực sự bạn đang ở dưới mặt đất, nên bạn cần phải vượt qua khoảng thời gian này thật nhanh để bước lên mặt đất và đi một cách bình thường như mọi người. Chỉ khác một điều là khi lên được mặt đất,

> bạn sẽ đi nhanh hơn, mạnh hơn, bền vững hơn… Và đó chính là giá trị của hành trình khởi nghiệp trước khi xây dựng một doanh nghiệp thành công.

Cũng vì lý do trên nên bạn cần có một kế hoạch tài chính tốt để có thể trang trải suốt hành trình đó. Nói đơn giản hơn, khoản tiền để dành này phải đủ nuôi sống bạn và giúp bạn yên tâm tập trung cho công việc khởi nghiệp. Đó là sự chuẩn bị cần thiết nhất mà bạn cần phải bắt đầu ngay hôm nay.

Có một sự khác biệt giữa kiếm tiền, kiếm tiền nhanh và làm giàu bắt đầu từ khởi nghiệp. Về cơ bản, công việc nào cũng là kiếm tiền, dù bạn làm thuê, làm chủ hay đầu tư thì điều quan trọng vẫn là kiếm tiền. Nhưng nếu chỉ tập trung kiếm tiền, bạn sẽ không có được khoản tiền lớn. Kiếm tiền nhanh là một hìnhthức khác của kiếm tiền, nhưng thiên về chớp thời cơ hơn là công việc trí tuệ. Với loại hình kiếm tiền nhanh, bạn phải luôn tìm kiếm cơ hội. Kiếm tiền nhanh không bền vững và lâu dài. Làm giàu bắt đầu từ con đường khởi nghiệp khác với kiếm tiền, bởi trong giai đoạn đầu khởi nghiệp, bạn không nhất thiết phải kiếm được tiền, mà thậm chí là mất tiền.

Khởi nghiệp cũng không phải là kiếm tiền nhanh vì khởi nghiệp là làm giàu bền vững dựa trên giá trị và chất lượng của sản phẩm/dịch vụ, dự án kinh doanh. Toàn bộ câu chuyện này là để giúp bạn hiểu rằng: để khởi nghiệp, bạn cần phải chuẩn bị MỘT KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH TỐT.

Tóm lại, bạn cần phải làm mọi thứ mình có thể để tồn tại trong giai đoạn đầu khởi nghiệp.

Sẵn sàng chi tiêu tằn tiện nhất có thể trước khi doanh nghiệp cất cánh là một lựa chọn khôn ngoan của những doanh nhân khởi nghiệp thành công.

2. Kế hoạch marketing.

Bạn có biết rằng marketing là phần quan trọng trong một mô hình kinh doanh thành công? Vì mức độ quá quan trọng của marketing

mà đã có thời người ta đánh đồng “marketing” với “business” khi dịch cả hai từ này đều là “kinh doanh”. Và mọi người vẫn thường hay hiểu kinh doanh có cùng nghĩa với marketing.

Có một câu nói rất hay về kinh doanh: Mọi công ty sẽ sụp đổ nếu không có khách hàng. Và marketing chính là quá trình tạo ra cơ hội để có khách hàng. Nếu như quá trình sản xuất là cách tạo ra sản phẩm thì marketing chính là cách tạo ra cơ hội để có khách hàng. Và nếu khách hàng không dùng sản phẩm của bạn thì sản phẩm đó chỉ là đồ bỏ đi. Marketing chính là khâu quan trọng nhất: phương thức tạo ra cơ hội để mang lại khách hàng cho doanh nghiệp.

Một doanh nghiệp sẽ không bao giờ thất bại nếu biết triển khai kế hoạch marketing đúng ngay từ đầu. Người ta thường ngộ nhận khi cho rằng marketing là hình thức hỗ trợ khách hàng mua hàng và do đó marketing là khâu tiếp theo sau khi sản xuất sản phẩm. Thực tế hoàn toàn ngược lại, marketing phải có trước khi có sản phẩm, trong khi có sản phẩm, và vẫn tồn tại sau khi khách hàng mua sản phẩm. Marketing chính là quá trình tìm ra nhu cầu, thỏa mãn nhu cầu, và tạo ra nhu cầu. Do đó, marketing xuất hiện trong mọi ngóc ngách của một mô hình kinh doanh, từ cấp cao nhất đến cấp thấp nhất, trước khi bán hàng, trong khi bán hàng và sau khi bán hàng. Và cuối cùng, khởi nghiệp mà không chuẩn bị kế hoạch marketing thì chỉ là việc “chuẩn bị cho sự tự sát”.

Hãy nghĩ cách để đưa sản phẩm/dịch vụ của mình đến khách hàng trước khi cầm được sản phẩm/dịch vụ trong tay. Đừng để xảy ra tình huống sản phẩm/dịch vụ đã ra đời mà bạn vẫn chưa tìm được cách mang khách hàng về cho doanh nghiệp.

Theo bạn, để triển khai một kế hoạch marketing thì cần có ngân sách không? Câu trả lời là “có”. Vì thế, kế hoạch tài chính là khâu cần chuẩn bị đầu tiên (như đã đề cập phía trên) để bạn triển khai doanh nghiệp của mình một cách khả thi và triển khai kế hoạch marketing là một trong số đó. Ngay cả khi doanh nghiệp đã hoàn thành giai đoạn đầu tiên thì marketing vẫn-sẽ-mãi là hoạt động đồng hành cùng với sự tồn tại của doanh nghiệp. Xin tặng bạn một câu châm ngôn rất hay về marketing: “Nếu không thực hiện

marketing thì doanh nghiệp của bạn sẽ bị khách hàng lãng quên”. Cách đây nhiều năm, một số doanh nghiệp được xem là “trùm” của một lĩnh vực nhưng giờ đây không còn mấy ai nhớ đến sản phẩm của họ nữa mà thay vào đó, người ta nhớ đến sản phẩm khác cùng chức năng. Sự khác biệt ở đây là gì? Họ không dành một khoản ngân sách để thực hiện kế hoạch marketing. Một doanh nghiệp không thực hiện marketing thì sẽ không được ai nhớ đến và cũng sẽ không có ai mua hàng nữa; khách hàng đã chuyển qua sử dụng sản phẩm khác thay thế vì thương hiệu này thực hiện marketing liên tục. Và điều này nói lên rằng:

Chuẩn bị một kế hoạch marketing hoàn chỉnh là bước đi quan trọng tiếp theo để bắt đầu khởi sự một doanh nghiệp. Nếu không làm điều đó, có thể bạn sẽ chuốc lấy thất bại thảm hại và sẽ bị khách hàng lãng quên.

Hãy thực hiện kế hoạch marketing khôn ngoan nhất, phù hợp nhất với ngân sách hạn chế của doanh nghiệp khởi nghiệp.

3. Kế hoạch bán hàng.

Sau marketing thì bán hàng là khâu thực sự quan trọng để đưa một doanh nghiệp đi lên. Nếu bộ phận marketing rút tiền của doanh nghiệp cho khách hàng thì bộ phận bán hàng rút hầu bao của khách hàng cho doanh nghiệp. Đó cũng là lý do tại sao, bộ phận bán hàng đóng vai trò cực kỳ quan trọng khi khởi sự doanh nghiệp.

Nếu marketing là chi phí thì bán hàng là doanh thu.

Nếu marketing tạo ra khách hàng cho doanh nghiệp bằng các kênh truyền thông thì bán hàng tạo ra tiền cho doanh nghiệp bằng phương thức trao đổi giá trị sản phẩm lấy tiền của khách hàng.

Nếu marketing chú trọng giá trị và tầm nhìn lâu dài của doanh nghiệp thì bán hàng giải quyết chuyện trước mắt: dòng tiền, sự tồn tại của doanh nghiệp trong bao lâu và có thể tiến xa bao nhiêu.

Marketing và bán hàng đều tập trung vào khách hàng. Nếu marketing tập trung tạo cơ hội đưa sản phẩm/dịch vụ đến khách hàng thì bán hàng tập trung đưa sản phẩm/dịch vụ đến khách hàng.

Tóm lại: marketing và bán hàng không thể tách rời nhau. Trong giai đoạn đầu tiên, chuẩn bị kế hoạch bán hàng là bước đi khôn ngoan tiếp theo của các doanh nhân khởi nghiệp.

Trong khi kế hoạch marketing cho khách hàng biết doanh nghiệp của bạn như thế nào, đang kinh doanh sản phẩm/dịch vụ gì thì kế hoạch bán hàng sẽ cho khách hàng tiếp cận sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp. Bán hàng là bộ phận cực kỳ quan trọng trong giai đoạn khởi nghiệp, cho nên, việc đầu tiên khi bạn xây dựng đội ngũ nhân viên cho doanh nghiệp là: Hãy tạo ra nhân viên bán hàng và giám đốc bán hàng.

Bán hàng còn được xem là cách duy nhất mang lại nguồn tài chính cho doanh nghiệp. Xin nhắc lại một vấn đề có ý nghĩa vô cùng quan trọng: Nếu marketing tạo ra khách hàng thì bán hàng tạo ra tiền cho doanh nghiệp. Nếu không có marketing thì tổ chức khó lòng bán hàng thành công. Nhưng trong giai đoạn đầu tiên của khởi nghiệp, hãy tập trung vào bán hàng thay vì marketing. Marketing là hoạt động tồn tại cùng sự sống còn của doanh nghiệp, ngay từ khi bắt đầu khai sinh cho đến khi nào doanh nghiệp còn hoạt động, nhưng vào giai đoạn đầu tiên của doanh nghiệp thì bán hàng là quan trọng nhất.

Giai đoạn khởi đầu doanh nghiệp: Không gì có thể thay thế được hoạt động bán hàng.

---

4. Kế hoạch sử dụng thời gian.

Khi khởi nghiệp, chuyện làm việc 12 giờ/ngày, 7 ngày/tuần là rất bình thường. Nếu bạn nghĩ rằng khởi nghiệp tức là giảm thời gian cũng như công việc xuống thì bạn hoàn toàn sai lầm. Sự thật là khi khởi nghiệp, bạn làm nhiều hơn khi làm thuê, thậm chí là nhiều gấp bội lần. Tại sao vậy? Nếu khi làm thuê, bạn chỉ phục vụ một ông chủ – chính là ông chủ hiện thời của công ty thì khi khởi nghiệp, bạn phải phục vụ VÔ SỐ ông chủ – những khách hàng của bạn.

Theo bạn, thời gian và công việc khi phục vụ một ông chủ ít hơn hay nhiều hơn thời gian và công việc khi phục vụ nhiều ông chủ? Hãy chuẩn bị đối diện với áp lực, vì bạn sẽ cảm thấy có quá ít thời

gian và sẽ phải chịu đựng áp lực đó trong một thời gian dài cho đến khi doanh nghiệp thành công; nhưng đừng để chuyện này kéo dài quá lâu.

Cho dù là vĩ nhân thì cũng chỉ có 24 tiếng mỗi ngày. Sự khác nhau giữa mỗi người, mỗi doanh nghiệp khởi nghiệp là cách thức tối ưu hóa quỹ thời gian giống nhau đó để tạo nên sự khác biệt.

KHỞI NGHIỆP THỰC SỰ LÀ CUỘC CHẠY ĐUA LÀM VIỆC.

Một vận động viên tham gia bất kỳ cuộc đua nào cũng cần phải có tài chính, thời gian, sức khỏe, môi trường hỗ trợ và sự nỗ lực của bản thân thì mới có thể bắt đầu và hoàn thành cuộc đua. Hoàn thành cuộc đua sớm hay trễ, tốt hay không tốt phụ thuộc vào những yếu tố tác động trên. Trên thực tế, khởi nghiệp có nghĩa là bạn chuẩn bị cho một cuộc đua và sẽ phải đối diện với khó khăn thường xuyên. Tại sao vậy? Bởi một doanh nghiệp - cá nhân thành công tức là doanh nghiệp - cá nhân đó phải giải quyết vấn đề của người khác. Khi bạn khởi tạo một doanh nghiệp đồng nghĩa doanh nghiệp của bạn phải ôm vào mình một hoặc nhiều vấn đề của xã hội và giải quyết chúng. Tất nhiên, khi bạn giải quyết vấn đề này thì lại gặp vấn đề khác. Vì thế, nếu bạn muốn khởi nghiệp thành công mà không làm việc nhiều thì đó chỉ là giấc mơ. Bạn hãy mơ tiếp, còn nếu không, hãy bắt đầu cuộc đua.

Hãy chắc chắn rằng bạn đã sẵn sàng bước vào một cuộc đua dài và đã chuẩn bị đủ tài chính, thời gian, sức khỏe và nỗ lực của bản thân trước khi bắt đầu.

“Đường dài mới biết ngựa hay”, doanh nghiệp khởi nghiệp sẽ gặp phải những khó khăn ban đầu, nhưng hãy kiên trì điều hành doanh nghiệp theo đúng tầm nhìn, chiến lược đã đặt ra. Kết quả đạt được sẽ xứng đáng với những nỗ lực của bạn và cộng sự. Nếu làm việc tốt trong môi trường áp lực cao khi khởi nghiệp hôm nay, bạn sẽ được đền bù một cách xứng đáng bằng thành quả kinh doanh trong tương lai.

Bạn thuộc nhóm người nào? Khởi nghiệp để không phải làm gì cả? Hay khởi nghiệp để có nhiều việc làm hơn hiện tại? Nếu bạn tự xếp mình vào nhóm thứ hai thì chúc mừng bạn: Bạn đã có được 50% sự chuẩn bị cho thành công. Và 50% tiếp theo có thể nói là quan trọng nhất: KIẾN THỨC. Tại sao lại là KIẾN THỨC? Vì tôi muốn nhấn mạnh thực tế rằng hãy chuẩn bị KIẾN THỨC về ngành nghề kinh doanh của bạn bằng tất cả những sự chuẩn bị đã nói ở trên. Nếu không có kiến thức (hay còn gọi là tri thức - knowledge), bạn sẽ chẳng bao giờ thành công với bất kỳ mô hình kinh doanh nào cả.

Tại sao lại như thế? Vì tri thức mới là yếu tố đặc biệt giúp bạn thành công với mô hình khởi nghiệp chứ không phải điều gì khác. Bạn có muốn biết vì sao lại như thế không? Hãy đọc phần chuẩn bị tiếp theo.

5. KIẾN THỨC - sự chuẩn bị quan trọng nhất.

Kiến thức hay tri thức về một ngành cụ thể nào đó là điều kiện tiên quyết và quan trọng nhất để một doanh nhân khởi nghiệp thành công. Vậy kiến thức là gì?

Kiến thức là những gì còn lại sau khi ta quên hết. Bạn có thấy điều gì khác lạ khi ta định nghĩa về kiến thức theo cách như vậy hay không? Có điều gì bạn quên hết mà vẫn còn nhớ thì đó thực chất là kiến thức. Và điều này lại chính là yếu tố quan trọng nhất quyết định bạn có thành công trong ngành nghề mà mình lựa chọn hay không.

Nhiều doanh nhân thất bại trong tất cả các mô hình kinh doanh họ chạm tay vào. Và họ cũng không hiểu vì sao lại như thế. Điểm mấu chốt ở đây chính là vì họ thiếu kiến thức về ngành kinh doanh đó; và nó dẫn họ đến các thất bại liên tiếp nhau cho đến khi họ tìm được cho mình một mô hình kinh doanh mà họ hiểu rõ thì họ mới nghĩ tới sự thành công (tôi xin nhắc lại là ngoại trừ một vài trường hợp đặc biệt).

Quả thật, kiến thức là bước chuẩn bị quan trọng nhất (mặc dù tôi đưa nó vào cuối cùng) cho bất kỳ mô hình kinh doanh khởi nghiệp thành công nào.

Bạn có biết rằng ngày nay người ta đang có sự nhầm lẫn giữa kiến thức và thông tin? Thông tin là những gì bạn chỉ biết về nó. Kiến thức đòi hỏi không chỉ biết mà bạn còn phải hiểu những gì bạn biết và để làm được điều đó, bạn cần thời gian chứ không phải một sớm một chiều là có thể hình thành kiến thức được. Kiến thức cần phải tiêu hóa. Hãy hình dung tới câu chuyện mà bạn biết về quá trình ăn uống của con người:

Nếu bạn ăn một món ăn nào đó, bộ phận tiêu hóa cần thời gian để tiêu hóa thức ăn thành chất dinh dưỡng. Tương tự như vậy, những gì bạn biết là thức ăn còn kiến thức là chất dinh dưỡng. Con người sống được thực chất là nhờ chất dinh dưỡng chứ không phải thức ăn. Và đó cũng là lý do nếu bạn chỉ có thông tin về một ngành nghề định kinh doanh thì rất khó để đảm bảo là bạn sẽ thành công với mô hình kinh doanh này.

Để thành công với một mô hình kinh doanh, điều tối cần là bạn phải có KIẾN THỨC.

KIẾN THỨC LÀ ĐIỀU QUAN TRỌNG NHẤT TRONG KINH DOANH

Nếu không có kiến thức mà bước vào con đường kinh doanh thì thất bại là điều khó tránh khỏi. Khi đã thất bại, bạn sẽ nhận ra rằng sở dĩ mình thất bại chính là vì mình “thiếu kiến thức”. Bạn đã bao giờ nghe các doanh nhân khởi nghiệp than vãn như vậy chưa? Tuy nhiên, đó là căn bệnh mãn tính của doanh nhân mà đến bây giờ vẫn còn hiện hữu.

“Sau khi đọc quyển sách, tôi đánh giá rất cao vì tác giả đã trình bày một cách toàn diện hàm lượng tri thức thực tiễn nhất cho một người trẻ có ước mơ và có niềm tin đủ LỚN, đủ CHÁY để biến mơ ước trở thành hiện thực.”

“SMARTUP => 99% nỗ lực + 1% may mắn = thành công”

Nguyễn Ngoan

Nhà sáng lập www.dacsan3mien.com

Giám đốc điều hành Tổ chức Giáo dục Hoa Kỳ - IAE

Chương 3 Ý tưởng khởi nghiệp

Ebook miễn phí tại : www.SachMoi.net

Chìa khóa mở cánh cửa ý tưởng

Đã khởi nghiệp thì dù là ai cũng sẽ bắt đầu bằng ý tưởng. Đến giai đoạn này, khi chúng ta đã có sự chuẩn bị về KIẾN THỨC, như đã đề cập trong chương trước, thì ý tưởng khởi nghiệp sẽ không còn là vấn đề quá khó nữa. Chương này sẽ giới thiệu hai phương pháp giúp bạn dễ dàng tìm ra ý tưởng khởi nghiệp cho doanh nghiệp của mình.

Phương pháp đầu tiên là sử dụng bộ *40 nguyên tắc - thủ thuật sáng tạo cơ bản (TRIZ)* của Giáo sư người Do Thái Genrich Saulovich Altshuller, bao gồm: (1) Nguyên tắc phân nhỏ; (2) Nguyên tắc tách khỏi; (3) Nguyên tắc phẩm chất cục bộ; (4) Nguyên tắc phản đối xứng; (5) Nguyên tắc kết hợp; (6) Nguyên tắc vạn năng; (7) Nguyên tắc chứa trong; (8) Nguyên tắc phản trọng lượng; (9) Nguyên tắc gây ứng suất sơ bộ; (10) Nguyên tắc thực hiện sơ bộ; (11) Nguyên tắc dự phòng; (12) Nguyên tắc đẳng thế; (13) Nguyên tắc đảo ngược; (14) Nguyên tắc cầu (tròn) hóa; (15) Nguyên tắc linh động; (16) Nguyên tắc giải "thiếu" hoặc "thừa"; (17) Nguyên tắc chuyển sang chiều khác; (18) Nguyên tắc sử dụng các dao động cơ học; (19) Nguyên tắc tác động theo chu kỳ; (20) Nguyên tắc liên tục tác động có ích; (21) Nguyên tắc "vượt nhanh"; (22) Nguyên tắc biến hại thành lợi; (23) Nguyên tắc quan hệ phản hồi; (24) Nguyên tắc sử dụng trung gian; (25) Nguyên tắc tự phục vụ; (26) Nguyên tắc sao chép (copy); (27) Nguyên tắc "rẻ" thay cho "đắt"; (28) Nguyên tắc thay thế sơ đồ cơ học; (29) Nguyên tắc sử dụng các kết cấu khí và lỏng; (30) Nguyên tắc sử dụng vỏ dẻo và màng mỏng; (31) Nguyên tắc sử dụng vật liệu nhiều lỗ; (32) Nguyên tắc thay đổi màu sắc; (33) Nguyên tắc đồng nhất; (34) Nguyên tắc phân hủy hoặc tái sinh các phần; (35) Nguyên tắc thay đổi các thông số hóa lý của đối tượng; (36) Nguyên tắc sử dụng chuyển pha; (37) Nguyên tắc sử dụng sự nở nhiệt; (38) Nguyên tắc sử dụng chất oxy hóa mạnh; (39) Nguyên tắc thay đổi độ trơ; (40)

Nguyên tắc sử dụng vật liệu hợp thành composit.

Có thể không phải tất cả các nguyên tắc trên đều là chìa khóa mở cánh cửa ý tưởng khởi nghiệp. Nhưng đây là bộ nguyên tắc - thủ thuật rất đáng để thử. Hãy dành thời gian để nghiền ngẫm và tìm ra ý tưởng khởi nghiệp cho riêng mình. Sau đây là một vài gợi ý để bạn tham khảo.

1. Nguyên tắc phân nhỏ.

Trên thực tế, có những thứ tách ra thì dễ bán hơn là bán toàn bộ.

Ví dụ, thay vì phải mua một chiếc vé đắt tiền để vào tham quan một khu du lịch khiến cho một phân khúc khách hàng cảm thấy không thoải mái, bạn có thể phân nhỏ nó ra bằng cách: khách hàng chỉ cần chi trả tiền vào cổng, sau đó nếu khách hàng chơi trò chơi hoặc tham quan khu vực nào sẽ trả tiền tại khu vực đó. Khách hàng sẽ cảm thấy thoải mái hơn và thị trường của bạn sẽ được mở rộng hơn. Nếu khách hàng có thể chi trả tất cả ngay từ ban đầu thì bạn nên có một mức giá ưu đãi dành cho họ.

Thay vì phải mua nguyên bộ vest như trước đây thì bây giờ bạn hãy chia từng bộ phận ra để bán cho khách hàng. Khách hàng của bạn có thể mua một chiếc áo vest mà không nhất thiết phải mua nguyên bộ vest. Nói cách khác, sản phẩm nguyên bộ đã được “phân nhỏ” để bán chỉ một sản phẩm trong đó, vì nhu cầu này nhiều hơn chứ không nhất thiết bắt khách hàng phải mua cả bộ.

Phân nhỏ là hình thức chia nhỏ sản phẩm/dịch vụ, sau đó cung cấp từng mảng nhỏ cho khách hàng. “Phân nhỏ” là một ý tưởng hay khi bạn nhận thấy nhu cầu của khách hàng đối với “một bộ phận” nhiều hơn là toàn thể.

2. Nguyên tắc vạn năng.

Dựa trên việc kết hợp nhiều chức năng trên cùng một sản phẩm/dịch vụ, nguyên tắc này giúp bạn tận dụng “sự có sẵn” trong sản phẩm/dịch vụ để mang đến một chức năng khác nhằm tiết kiệm không gian, thời gian, vật liệu và tạo nên những sản phẩm/dịch vụ mà người dùng cần tối đa chức năng, đa công dụng để thực hiện đa nhu cầu.

Trong các ngôi nhà thông minh hiện nay, để tiết kiệm không gian, chi phí, các mẫu giường ngủ đa năng đã ra đời. Những chiếc giường vừa có thể ngủ vừa có ngăn kéo và tủ chứa đồ là minh chứng cho nguyên tắc vạn năng.

Một ví dụ khác là các dụng cụ gia đình đa năng. Vặn chặt ốc vít bu-lông, mở nút chai, thước đo, móc khóa, dao cắt… tất cả tích hợp trong một dụng cụ. Với ý tưởng khởi nghiệp này, doanh nghiệp khởi nghiệp của bạn sẽ có khả năng cạnh tranh cao hơn, tạo sự khác biệt, đột phá và mang lại nhiều lợi ích hơn cho khách hàng với giá thành hợp lý. Và bạn sẽ chiến thắng trên con đường khởi nghiệp.

3. Nguyên tắc chứa trong.

Một ví dụ rất điển hình cho nguyên tắc này là bộ búp bê của nước Nga, gồm nhiều con búp bê với con nhỏ hơn lồng vào con lớn hơn. Hay một ví dụ khác cũng giúp bạn dễ hình dung là chân đế chụp hình. Với ba chân đế ngắn hơn trong một chân đế dài hơn, khách hàng của bạn có thể điều chỉnh độ dài ngắn ở mỗi chân giúp cho sản phẩm trở nên tối ưu và nhỏ gọn.

4. Nguyên tắc thực hiện sơ bộ.

Thay vì phải mua thực phẩm và gia vị để ướp/chế biến những món ăn mà mình thích, thì nay khách hàng của bạn có thể mua những thực phẩm đã ướp sẵn với nhiều món ăn khác nhau, vừa tiết kiệm thời gian, vừa giải quyết được những yếu kém trong khả năng nội trợ.

Thay vì phải mày mò tìm cách mở một túi bột giặt đúng cách cũng như các sản phẩm tương tự, thì hiện nay nhiều doanh nghiệp đã đem lại sự tiện lợi cho khách hàng khi áp dụng nguyên tắc thực hiện sơ bộ này bằng cách cắt sẵn trước một dấu để khách hàng dễ dàng biết được vị trí mở cũng như cách thức mở bao bì sản phẩm.

5. Nguyên tắc linh động.

Nguyên tắc linh động là làm ra một sản phẩm/dịch vụ kết hợp giữa “động” và “tĩnh”. Với một vật đang “chuyển động” thì bạn làm cho nó vừa có thể “chuyển động” vừa “bất động”; với một sản phẩm “cố định” thì bạn làm cho nó vừa “cố định” vừa có thể “thay đổi” được. Một vài ví dụ trong nguyên tắc linh động này là ghế xe ô tô

có thể di chuyển tiến, lùi, lên, xuống để phù hợp với vóc dáng của từng người lái xe; (hoặc) hiện nay trên thị trường có rất nhiều hãng sản xuất mẫu xe đạp có thể gập lại để vận chuyển dễ dàng.

Bắt đầu khởi nghiệp với ý tưởng "linh động" là thực chất bạn đang làm cho doanh nghiệp của mình "linh động" hơn để tiếp cận thị trường rộng lớn hơn.

6. Nguyên tắc liên tục tác động có ích.

Nguyên tắc liên tục tác động có ích là tạo ra một hệ sinh thái để sản phẩm/dịch vụ mang lại những kết quả tối ưu. Nguyên tắc này giúp tăng năng suất, hiệu quả, giảm lãng phí và tiết kiệm thời gian cho doanh nghiệp.

Nguyên tắc liên tục tác động có ích có nghĩa là thay vì chỉ tập trung vào phát triển một công đoạn của sản phẩm, bạn hãy nghiên cứu một cách kỹ lưỡng một bức tranh rộng lớn hơn về tất cả mọi thứ liên quan đến sản phẩm như: phân phối, trưng bày, hậu mãi, dịch vụ chăm sóc khách hàng, tiếp thị, chính sách - pháp luật…

Nguyên tắc liên tục tác động có ích nâng tầm suy nghĩ của bạn về quy mô doanh nghiệp. Bạn sẽ phải bao quát việc kinh doanh của mình tốt hơn, đồng thời phát triển doanh nghiệp lớn hơn.

Trong giai đoạn đầu của doanh nghiệp thì áp dụng nguyên tắc liên tục tác động có ích bằng cách "nghĩ lớn" quan trọng hơn bao giờ hết. Nghĩ lớn sẽ giúp bạn đi đường dài thay vì đi đường ngắn chẳng đâu ra đâu.

7. Nguyên tắc tự phục vụ.

Nguyên tắc tự phục vụ là khách hàng tự làm một số thao tác đơn giản để hoàn thành một công đoạn hoặc một quy trình phục vụ.

Ví dụ, trong một số cửa hàng tiện lợi hoặc chuỗi cửa hàng thức ăn nhanh áp dụng nguyên tắc này, khách hàng tự phục vụ một số thao tác cơ bản như: tự đến quầy lấy thức ăn thay vì có người đưa lại tận bàn, tự dọn dẹp sau bữa ăn… Như vậy, doanh nghiệp sẽ bớt được nhân công để làm các công đoạn và giá thành sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp sẽ cạnh tranh hơn các doanh nghiệp áp dụng hình

thức phục vụ toàn bộ.

Hay một ví dụ khác, thay vì phải đến ngân hàng để rút tiền và trải qua nhiều thủ tục khác nhau từ lúc gửi xe đến lúc nhận được tiền, thì hiện nay, với một mức tiền hạn định, khách hàng có thể rút tiền qua các máy ATM (Automatic Teller Machine) vừa thuận tiện cho khách hàng mà các ngân hàng cũng giảm được chi phí nhân công.

Hãy nghĩ lớn và làm khác đi, bạn sẽ thắng.

8. Nguyên tắc "rẻ" thay cho "đắt".

Nguyên tắc "rẻ" thay cho "đắt" tức là bạn có thể sản xuất một sản phẩm với số lượng lớn, thay đổi chất liệu, bớt đi một số tính năng của sản phẩm/dịch vụ… để giảm chi phí, từ đó, giúp giảm giá thành.

Ví dụ, cùng là một sản phẩm gia dụng như đũa thì có phân khúc khách hàng thích đũa bằng chất liệu gỗ quý như mun, trắc… nhưng cũng có phân khúc khách hàng chỉ có thể chi trả cho loại đũa được làm từ tre và vật liệu khác. Bạn có thể tìm cho mình một ý tưởng khởi nghiệp: sản xuất đũa bằng vật liệu rẻ nhưng vẫn đảm bảo an toàn và chất lượng.

Nguyên tắc "rẻ" thay cho "đắt" giúp bạn tiếp cận thị trường rộng hơn, giá thấp hơn (hoặc bằng) và mang lại lợi nhuận ít hơn nhưng với lượng khách hàng nhiều hơn.

Trong 40 phương pháp luận sáng tạo kể trên, bạn có thể kết hợp các nguyên tắc lại với nhau để tìm ra những ý tưởng khởi nghiệp phù hợp nhất. Ví dụ, nguyên tắc vạn năng có thể kết hợp với nguyên tắc liên tục tác động có ích.

Hãy liệt kê ra xem bạn có sẽ có bao nhiêu ý tưởng khởi nghiệp khi biết 40 phương pháp luận sáng tạo này?

Phương pháp tiếp theo là phương pháp tư duy sáng tạo SCAMPER của Michael Michalko. SCAMPER là từ ghép của các chữ cái đầu của các từ sau: **S**ubstitute (thay thế), **C**ombine (kết

hợp), **A**dapt (thích ứng), **M**odify (điều chỉnh/biến điệu), **P**ut it to some other use (sử dụng vào mục đích khác), **E**liminate (loại bỏ/hạn chế) và **R**everse (đảo ngược).

1. Nguyên tắc Substitute - thay thế.

Khi sử dụng nguyên tắc này để tìm kiếm ý tưởng khởi nghiệp, là bạn đang tìm kiếm phương pháp dựa trên một sản phẩm/dịch vụ có sẵn để tạo nên một sản phẩm thuận tiện hơn, có chất lượng không giảm hoặc không đáng kể với giá thành hợp lý hơn dành cho phân khúc khách hàng mà bạn đang nhắm đến. Sau đây là một số ví dụ giúp bạn có thể tìm cho mình ý tưởng khởi nghiệp dựa trên nguyên tắc này.

Để bảo vệ môi trường và thân thiện với người sử dụng, trên thị trường hiện nay đã có những sản phẩm túi giấy thay cho túi nilon trước đây. Ở các nước phát triển, việc sử dụng đường trong thực phẩm hằng ngày đã được thay thế bằng các chất tạo ngọt tự nhiên khác, vẫn giữ được vị ngọt của đường lại vừa tốt cho sức khỏe của người tiêu dùng. Thay vì dùng một hoặc hai gói đường cho tách cà phê thì bây giờ chúng ta chỉ cần dùng một đến hai giọt chất tạo ngọt tự nhiên thay thế mà thôi.

2. Nguyên tắc Combine - kết hợp.

Nguyên tắc này giống với nguyên tắc (4) trong TRIZ. Dựa trên nguyên tắc này, bạn có thể kết hợp những sản phẩm/dịch vụ khác nhau thành một sản phẩm/dịch vụ mới mang lại nhiều giá trị hơn cho một phân khúc khách hàng.

3. Nguyên tắc Adapt - thích ứng.

Nguyên tắc này dựa trên cơ sở xem xét một sản phẩm/dịch vụ nào đó đang được sử dụng trong một hoàn cảnh khác. Bạn có thể tìm ra một ý tưởng khởi nghiệp là đem sản phẩm/dịch vụ đó áp dụng vào hoàn cảnh mà bạn mong muốn và thấy được tiềm năng của một phân khúc khách hàng. Ví dụ: trước đây, dừa được dùng để uống nước, ăn cùi, nhưng hiện nay, trên thị trường có nhiều công ty, cửa hàng bán dầu dừa được chiết xuất từ cùi (cơm) dừa giúp dưỡng da, dưỡng tóc… Như vậy, cũng với cùi (cơm) dừa nhưng khi đưa sang

một hoàn cảnh khác sẽ mang đến cho bạn một ý tưởng khởi nghiệp khả thi và phù hợp với môi trường kinh doanh hiện tại.

4. Nguyên tắc Modify - điều chỉnh/biến điệu.

Tôi có thể điều chỉnh sản phẩm nhỏ hơn hoặc to hơn được không? Tôi có thể điều chỉnh sản phẩm đó dài hơn hoặc ngắn hơn được không? Nó có thể mang hình dạng khác được không? Đây là những câu hỏi mà bạn có thể đặt ra cho bản thân mình khi áp dụng nguyên tắc này để tìm kiếm một ý tưởng khởi nghiệp. Dựa trên sản phẩm/dịch vụ đang có, bạn đặt ra nhiều câu hỏi với nguyên tắc này để tìm cho mình một sản phẩm/dịch vụ tốt hơn/khác biệt hơn/phù hợp hơn với một phân khúc khách hàng khác. Hiện nay, có rất nhiều cửa hàng, quán ăn, công ty… dựa trên nguyên tắc này để làm hài lòng nhiều phân khúc khách hàng khác nhau. Ví dụ, khi vào một quán cà phê, bạn rất dễ lựa chọn cho mình một cỡ ly cà phê phù hợp. Vì họ có ly to, ly vừa và ly nhỏ để đáp ứng các nhu cầu khác nhau của các đối tượng khách hàng khác nhau.

5. Nguyên tắc Put it to some other use - sử dụng vào mục đích khác.

Sử dụng nguyên tắc này có nghĩa là bạn đưa một sản phẩm/dịch vụ nào đó vào phục vụ trong một môi trường khác với thông lệ. Hiện nay, bạn thường thấy trên thị trường xuất hiện rất nhiều quán cà phê sử dụng những sản phẩm/vật dụng mà bạn không thể nghĩ ra là có thể sử dụng trong việc phục vụ ăn uống. Ví dụ như họ sử dụng bình đựng gia vị trong gia đình thay cho ly, bồn tắm dùng làm bàn, hay thậm chí sử dụng bồn cầu thay cho ghế ngồi… Hãy thử nguyên tắc này nhé, nó sẽ làm cho ý tưởng khởi nghiệp của bạn trở nên táo bạo và độc đáo hơn.

6. Nguyên tắc Eliminate - loại bỏ/hạn chế.

Đó là khi bạn cảm thấy sản phẩm/dịch vụ hiện tại có thể chia nhỏ/loại bỏ/hạn chế ở một số chức năng/thành phần để giảm bớt chi phí cho khách hàng, hay có thể sử dụng những sản phẩm/dịch vụ mới này phục vụ cho một phân khúc khách hàng khác. Nguyên tắc loại bỏ/hạn chế sẽ giúp cho sản phẩm/dịch vụ trong ý tưởng khởi

nghiệp của bạn trở nên hoàn hảo hơn. Ví dụ điển hình cho nguyên tắc này là một số hãng điện thoại vẫn sản xuất dòng điện thoại chỉ có chức năng nghe/gọi và loại bỏ các chức năng chụp hình, quay phim… để phục vụ cho phân khúc khách hàng không cần đến chức năng đó và đương nhiên giá thành cũng sẽ dễ chịu hơn.

7. Nguyên tắc Reverse - đảo ngược/tái cấu trúc/tái sắp xếp.

Sử dụng nguyên tắc này sẽ giúp bạn có một ý tưởng khởi nghiệp để sản phẩm/dịch vụ có một cấu trúc khác/một cách sắp xếp khác, hay đơn giản là đảo ngược so với hiện tại. Một ví dụ rất quen thuộc cũng liên quan đến quán cà phê, bạn sẽ thấy có những ý tưởng khởi nghiệp là quay ngược những vật dụng được sắp xếp/trưng bày như thông thường: ghế, bàn trên trần và bóng đèn ở dưới sàn… Từ đó, họ mang lại cảm giác thú vị cho khách hàng và sẽ có một phân khúc khách hàng riêng. Đây cũng là một nguyên tắc đáng để thử nếu bạn yêu thích sự sáng tạo, độc đáo.

Cũng như việc áp dụng TRIZ để tìm kiếm ý tưởng khởi nghiệp cho doanh nghiệp bạn, SCAMPER sẽ giúp bạn có cái nhìn đa chiều về một sản phẩm/dịch vụ/đối tượng và sẽ giúp bạn có một ý tưởng khởi nghiệp tuyệt vời. Tuy nhiên, TRIZ, SCAMPER hay bất kỳ phương pháp sáng tạo nào khác đều có những ưu nhược điểm riêng. Vì vậy, bạn hãy tìm tòi, nghiên cứu các phương pháp sáng tạo khác nhau để tìm ra sự khác biệt cho doanh nghiệp khởi nghiệp của mình.

Ý tưởng của bạn đáng giá bao nhiêu?

Đến đây thì bạn đã tự tin về ý tưởng khởi nghiệp của mình rồi chứ? Nhưng tôi buộc phải thông báo với bạn một sự thật: Ý tưởng khởi nghiệp của bạn không đáng giá một đồng nào cả, hoặc chỉ tương đương vài xu. Nếu theo dõi tình hình khởi nghiệp trong thời gian vừa qua, chắc hẳn bạn sẽ không còn lạ lẫm với những phát ngôn đâu đó của những người đang rất thành công về "tầm quan trọng" của ý tưởng. Họ nói rằng: Ý tưởng không là gì cả nếu bạn không triển khai và thực hiện hoàn chỉnh. Vì thế đừng quá đề cao ý tưởng và cũng đừng cảm thấy tổn thương khi ai đó "coi rẻ" ý tưởng mà bạn đã dành nhiều thời gian suy nghĩ và tìm tòi. Nhưng hãy thức tỉnh, đừng mãi sống trong ánh hào quang mà mình tự tạo ra. Đừng bao giờ nghĩ rằng chỉ với ý tưởng đó bạn cũng sẽ giống với họ – những doanh nhân khởi nghiệp thành công được cả thế giới hay cả nước biết đến. Bạn đâu biết rằng họ đã trải qua rất nhiều lần thất bại trước khi chạm đến thành công trong việc triển khai ý tưởng hiện tại – điều mà bạn thấy. Chúng ta thường rất vui và tự hào khi bản thân là tác giả của một ý tưởng khởi nghiệp, nhưng đa phần các ý tưởng này đã được người khác nghĩ ra hoặc đã được triển khai trước đó. Do đó, các nhà đầu tư thường không chú trọng ý tưởng của bạn mà họ chú trọng vào:

1. Cách thức bạn triển khai ý tưởng đó. Việc bạn thực thi và triển khai ý tưởng thành công mới quan trọng;

2. Bên cạnh đó, mức độ thu lợi nhuận trên tổng vốn đầu tư (ROI - Return On Investment) cũng được nhà đầu tư chú ý. Họ muốn xem tiền mà họ đầu tư vào sẽ tăng trưởng như thế nào, khi nào thu hồi vốn, cách thức mà bạn sử dụng tiền đầu tư như thế nào, mức độ khả thi ra sao;

3. Nếu bạn có một đội ngũ/cá nhân có năng lực đặc biệt hay kiệt xuất thì đây cũng là yếu tố hấp dẫn các nhà đầu tư;

4. Ngoài ra, họ sẽ xem bạn quảng bá thương hiệu mà họ đầu tư như thế nào? Cách thức phân phối ra sao?

Hãy nhớ:

Ý TƯỞNG CHƯA THÀNH HIỆN THỰC THÌ CHƯA CÓ GIÁ TRỊ

Kết luận: mục tiêu của chương này không phải nhằm hạ thấp ý tưởng vốn là nền tảng của bất kỳ cuộc hành trình nào mà chúng tôi muốn nhấn mạnh rằng: Nếu bạn đã có ý tưởng khởi nghiệp thì phải làm ngay và làm tới nơi tới chốn. "*Mặc kệ nó! Hãy làm tới đi*" – đó là câu nói nổi tiếng của tỷ phú Richard Branson và sau khi đọc hết chương này, bạn chỉ cần nhớ câu nói đó là tuyệt vời lắm rồi.

"Quyển sách này giải quyết bài toán cốt lõi trong tư duy của một người khởi nghiệp. Tôi tin rằng, người hiểu được những tư tưởng này sẽ làm kinh doanh nhẹ nhàng và bền vững."

Trần Quốc Phúc

Chủ tịch Hội Thảo Việt - Hoithao.vn

Chương 4 Lập kế hoạch kinh doanh với mô hình Smartup

*C*húng ta đang trong một giai đoạn quan trọng của nền kinh tế, giai đoạn mà những doanh nhân khởi nghiệp vừa là người đi đầu cuộc chơi vừa là người tạo ra cuộc chơi trong tương lai.

Nếu như ở thế kỷ trước, mọi người không biết gì về khởi nghiệp – vốn vẫn được xem như là “bí mật” của những người can đảm, liều lĩnh và có một chút gọi là gan dạ – thì ngày nay, khi nền kinh tế mở ra những cơ hội mới, trong đó có sự phát triển của thương mại điện tử (cái máy tạo ra khách hàng), câu chuyện khởi nghiệp chính là câu chuyện của mọi người và nếu bắt đầu trễ, bạn sẽ lỡ nhịp trong cuộc đua toàn cầu hóa vốn dĩ đang dành cho bạn ngay hôm nay.

Thời đại ngày nay cho phép các doanh nhân khởi nghiệp và thành công nhanh chóng.

Chỉ cách đây hơn 40 năm, người ta mới biết đến câu chuyện khởi nghiệp của Bill Gates. Năm 1975, Bill Gates cùng với Paul Allen thành lập Microsoft từ một văn phòng tồi tàn với ước mơ táo bạo thuở ban đầu của người sáng lập ra nó là: “Mang máy tính cá nhân đến từng hộ gia đình. Và mỗi chiếc máy tính cá nhân đó đều chạy hệ điều hành Windows”. Sau hơn 40 năm nhìn lại chặng đường đã qua, Gates biết rằng mình đã “mơ đúng”, vì hiện tại ông là người giàu nhất thế giới với tổng tài sản lên đến 79 tỷ đô-la.

Chỉ cách đây không tới 20 năm, người ta mới biết đến câu chuyện khởi nghiệp của Larry Page. Năm 1998 là thời điểm bong bóng “dotcom” bùng nổ và đó cũng là thời điểm Google được thành lập bởi hai người bạn là Larry Page và Sergey Brin. Chỉ chưa đến 20 năm sau, Google đã trở thành gã khổng lồ trong ngành công nghệ Internet. Và câu chuyện này đã truyền cảm hứng cho thế hệ tiếp theo khởi nghiệp thành công.

Và cũng chỉ không tới 10 năm trở lại đây, câu chuyện khởi nghiệp của Mark Zuckerberg là câu chuyện khởi nghiệp được nhắc đến

nhiều nhất. Năm 2004 đánh dấu sự ra đời của mạng xã hội Facebook mà người sáng lập chính là cậu sinh viên năm hai bỏ dở chương trình học ở trường Đại học Harvard. Chỉ chưa tới 10 năm, Facebook trở thành mạng xã hội lớn nhất thế giới. Tổng tài sản của Mark Zuckerberg hiện nay đã lên đến 23 tỷ đô-la, giúp Zuckerberg được xếp vào danh sách những tỷ phú trẻ nhất nước Mỹ.

Vậy là thời đại mới đã mở ra những câu chuyện khởi nghiệp thành công mới. Chính vì thế mà trong một tác phẩm gần đây mang tên *Quốc gia khởi nghiệp*[(1)], người ta đã bàn đến câu chuyện khởi nghiệp thần kỳ của một quốc gia thần kỳ - Israel và lan sang hàng loạt quốc gia khác.

Nếu bạn có ước mơ, khát vọng khởi nghiệp thì đây là thời điểm thích hợp để bạn thực hiện nó. Đã đến lúc khởi nghiệp!

Tuy nhiên, không phải lúc nào khởi nghiệp cũng là bức tranh màu hồng. Đây là một hành trình vô cùng thú vị nhưng cũng vô cùng đau thương. Chính vì lẽ đó đã có hàng trăm lý thuyết cũng như mô hình giúp những nhà khởi nghiệp tiết kiệm chi phí, thời gian và đặc biệt là tránh được thất bại.

Trong suốt nhiều năm tìm kiếm mô hình chung nhất để giúp các doanh nhân khởi nghiệp thành công, chúng tôi đã đúc kết nên một mô hình phù hợp với các doanh nghiệp khởi nghiệp, đó chính là mô hình **SMARTUP** – **S**olution; **M**arketing; **A**rea; **R**esource; **T**ransportation; **U**nique; **P**rofit, **P**rice, **P**rocess – mô hình này sẽ giúp những nhà khởi nghiệp tìm ra hướng đi đúng đắn, cũng như giảm thiểu nguy cơ thất bại đến mức thấp nhất.

Thay vì lên một bản kế hoạch dày cộp, bằng cách đơn giản hóa theo cách trực quan, dễ nắm bắt nhưng vẫn đem lại cái nhìn tổng quát, SMARTUP sẽ giúp bạn dễ dàng hình dung toàn cảnh doanh nghiệp tương lai của mình.

1. S_Solution: Giải pháp.

Những ai bắt đầu khởi nghiệp đều cần phải tìm kiếm và giải quyết một vấn đề thực tế đang tồn tại trên thị trường, trong xã hội, ngoài cộng đồng… đó là mang lại giá trị cho khách hàng.

Như Jack Ma đã từng nói: “*Ở đâu có phàn nàn, ở đó có cơ hội*”. Không thể khởi nghiệp mà không hình dung cụ thể vấn đề của khách hàng là gì và vấn đề của xã hội là gì?

Có ai đó nói rằng: “*Kinh doanh là giải quyết vấn đề của xã hội*”. Vậy thì, ngay từ phút khởi nghiệp đầu tiên, bạn sẽ phải xác định mục tiêu cho doanh nghiệp của mình là giải quyết *vấn đề gì* của khách hàng, rồi sau đó mới bắt đầu khởi nghiệp và toàn bộ cuộc hành trình của doanh nghiệp là giải quyết vấn đề đó.

Thậm chí điều này phải được xem là hệ trọng nhất trong bất kỳ cuộc họp nào của công ty. Chủ tịch Microsoft Bill Gates tuyên bố ông muốn “đưa máy tính cá nhân đến từng nhà, mỗi máy tính đều dùng hệ điều hành Windows” – đó chính là giải quyết vấn đề. Kể cả khi thế giới chuyển mình từ PC (máy tính để bàn) sang laptop (máy tính di động), từ mạng liên lạc nội bộ sang mạng toàn cầu thì tuyên bố của Bill Gates vẫn còn giá trị.

Steve Jobs – người sáng lập Apple tuyên bố tầm nhìn và vấn đề cần phải giải quyết là: “Cách mạng hóa công nghệ - dạng tích hợp của laptop và điện thoại để đưa điện thoại thông minh đến với mọi người”, và câu chuyện thần kỳ này về sau đã trở thành hiện thực.

Khi sáng lập Google, Larry Page tuyên bố vấn đề ông cần giải quyết là: “Sắp xếp lại thông tin toàn cầu và làm cho nó có ích đối với mọi người” và Google là cỗ máy tìm kiếm hiện thực hóa ý tưởng đó.

Vậy nếu bạn khởi nghiệp, bạn sẽ chọn giải quyết vấn đề nào của khách hàng?

Khi đã hiểu rõ vấn đề của khách hàng, bạn sẽ phải đưa ra giải pháp cho các vấn đề đó. Giải pháp chính là nơi bạn thể hiện các tính năng, đặc điểm, phương pháp mà qua đó khách hàng sẽ nhận ra giá trị cốt lõi, sự khác biệt trong sản phẩm/dịch vụ của bạn.

Có một câu nói rất hay của nhà bác học Albert Einstein: “*Phát hiện ra vấn đề là giải quyết được 50% vấn đề. 50% còn lại để giải quyết vấn đề và đó chính là giải pháp*”.

Bạn phải đảm bảo sao cho giải pháp hiện hữu của bạn sẽ có thể giải

quyết vấn đề đã được nghiên cứu của khách hàng, giải pháp của bạn sẽ phải phục vụ khách hàng ở phân khúc khách hàng nhất định đã được lựa chọn, giải pháp của bạn phải thể hiện sự khác biệt trong sản phẩm/dịch vụ, đồng thời khiến cho khách hàng quay trở lại mua hàng nhiều hơn nữa. Khi nói đến giải pháp nghĩa là bạn đang nói đến điều cụ thể nhất của khởi nghiệp: giải quyết vấn đề của khách hàng.

Bây giờ là lúc bạn hiện thực ý tưởng kinh doanh của mình qua việc cung cấp sản phẩm/dịch vụ đã được tối ưu hóa để thỏa mãn mọi nhu cầu của khách hàng trong khả năng có thể.

Giai đoạn này thực chất là giai đoạn biến ý tưởng thành hiện thực, là giai đoạn hành động. Nhiều doanh nhân khi khởi nghiệp đã gặp bế tắc ở khâu này. Những người thành công sẽ vượt qua chướng ngại vật dù nó gian nan và khó khăn đến thế nào.

Người thất bại để vấn đề đè bẹp họ. Người thành công tìm giải pháp giải quyết vấn đề.

Quá trình tìm giải pháp cho khách hàng cũng chính là quá trình tìm giải pháp cho chính mình – giải pháp cho doanh nghiệp của bạn.

Nếu đã có giải pháp thì bạn nên tìm giải pháp thay thế – tức là cho khách hàng lựa chọn ngoài các sản phẩm/dịch vụ mà bạn cung cấp. Bạn biết rằng quyền lựa chọn là một trong những quyền lớn nhất của con người. Nếu bạn đáp ứng nhu cầu của khách hàng đồng thời cung cấp thêm lựa chọn khác – tức là giải pháp thay thế, thì khách hàng của bạn sẽ thực sự cảm thấy được tôn trọng và sẽ trung thành với doanh nghiệp của bạn hơn bao giờ hết.

Cách tốt nhất để đạt được ước mơ của mình là hãy giúp người khác đạt được ước mơ của họ.

Nếu bạn muốn doanh nghiệp của mình chẳng đi tới đâu thì bạn làm gì cũng được. Nhưng nếu bạn muốn doanh nghiệp của bạn tiến xa thì hãy đặt mục tiêu giải quyết vấn đề của khách hàng là nhiệm vụ số 1.

2. M_Marketing: Tiếp thị.

Đây là các kênh, phương thức mà bạn tiếp xúc với khách hàng của mình. Thông thường có bốn loại kênh chính mà bạn cần xác định: kênh truyền thông, kênh phân phối, kênh bán hàng và kênh hỗ trợ khách hàng. Bạn phải thấu hiểu và áp dụng từng kênh một cách thành thạo để sản phẩm của bạn tiếp cận thị trường ở mức rộng nhất.

Để hoàn thành bước này, bạn phải trả lời các câu hỏi sau:

Kênh đầu tiên mà bạn cần quan tâm là kênh truyền thông. Vậy kênh truyền thông của bạn là gì? Kênh truyền thông trực tuyến (online) bao gồm những kênh nào? Các kênh truyền thông ngoại tuyến (offline) bao gồm những kênh nào?

Có một câu nói rất hay trong giới kinh doanh là: "Làm kinh doanh mà thiếu truyền thông thì giống như đi bộ chỉ có một chân".

Kênh tiếp theo mà bạn cần phải quan tâm là kênh phân phối (kênh bán sỉ). Kênh phân phối hiệu quả sẽ giúp bạn mang sản phẩm/dịch vụ đến nhiều khách hàng nhất với chi phí thấp nhất. Với lượng tiêu thụ nhiều sản phẩm/dịch vụ nhất có thể, bạn đang tìm giải pháp tiêu thụ nhiều sản phẩm/dịch vụ cùng lúc qua kênh phân phối. Và đây là cách vô cùng hiệu quả để đưa sản phẩm/dịch vụ ra thị trường qua khâu trung gian. Hãy tận dụng tối đa kênh phân phối.

Tiếp theo đó là kênh bán hàng, tức là kênh bán lẻ của bạn. Bạn không thể chỉ phụ thuộc vào kênh bán sỉ, mà bạn cần phải có kênh bán lẻ cho riêng mình để thu tiền mặt về càng nhanh càng tốt, càng nhiều càng tốt. Kênh bán lẻ sẽ thúc đẩy kênh bán sỉ và ngược lại.

Kênh mà bạn cần xúc tiến tiếp theo là kênh hỗ trợ khách hàng. Kênh hỗ trợ khách hàng chính là kênh kết nối với khách hàng đã mua sản phẩm/dịch vụ của bạn để chăm sóc họ, giúp họ thỏa mãn nhiều hơn nữa, từ đó, họ sẽ quay lại mua hàng nhiều hơn và giới thiệu nhiều khách hàng đến với bạn.

Cuối cùng, bạn hãy ghi nhớ điều này: "Làm kinh doanh mà không có truyền thông thì giống như đi bộ chỉ có một chân".

---

3. A_Area: Vùng hoạt động.

Trong phần này bạn sẽ phải trả lời các câu hỏi:

- Ai là khách hàng của bạn?
- Bạn chọn phân khúc khách hàng nào?
- Bạn phải xác định rõ khách hàng mục tiêu mà bạn hướng đến. Đó có thể là thị trường đại chúng, thị trường ngách hoặc thị trường hỗn hợp.

Khi bạn tìm ra được phân khúc khách hàng cần phục vụ, thì đây chính là thời điểm bạn phải giải quyết nhu cầu một cách cụ thể với một dạng khách hàng đã được định trước.

Thế mạnh của bạn là gì?

- Nếu thế mạnh của bạn là phục vụ thị trường đại chúng thì hãy phục vụ thị trường đại chúng.
- Nếu thế mạnh của bạn là phục vụ thị trường ngách, vốn dĩ là thị trường ít người nhưng nhu cầu cao, thì hãy phục vụ thị trường ngách.
- Nếu thế mạnh của bạn là phục vụ thị trường hỗn hợp, hãy làm hết khả năng có thể để phục vụ tốt nhất thị trường này.

Khi chọn một thị trường nào đó nghĩa là bạn chọn cho mình một mảnh đất để sống. Nếu bạn chọn một mảnh đất tốt, bạn sẽ sống tốt. Nếu bạn chọn một mảnh đất không tốt, bạn sẽ sống không tốt ngay trên mảnh đất của mình.

Về lâu dài, thị trường bạn chọn sẽ quyết định phong cách phục vụ của doanh nghiệp của bạn.

Chưa từng có một doanh nghiệp thành công nào lại không bắt đầu từ thị trường đã được định sẵn. Có thể ban đầu bạn bắt đầu với thị trường ngách, sau đó tấn công thị trường đại chúng và cuối cùng thành công với thị trường hỗn hợp. Ngược lại, bạn có thể bắt đầu từ

thị trường đại chúng, sau đó tấn công thị trường ngách và thành công ở thị trường hỗn hợp. Tuy nhiên, dù bắt đầu như thế nào thì doanh nghiệp của bạn cũng phải thành công với thị trường đã định.

Tìm được một thị trường cho mình là tìm ra một kho báu.

---

4. R_Resource: Nguồn lực.

Khi khởi nghiệp, bạn cần phải trả lời các câu hỏi về nguồn lực như sau:

- Nguồn lực về ngân sách của bạn là bao nhiêu?
- Nguồn lực về nhân sự của bạn như thế nào?

Nguồn lực ở đây được hiểu là bao gồm vật lực (ngân sách) và nhân lực (con người). Ông bà ta có câu "*Biết người biết ta, trăm trận trăm thắng*", nhưng ở đây, việc chúng ta nắm rõ nguồn lực sẽ đảm bảo cho các dự án khởi nghiệp trăm trận… không thua.

Chúng ta cần lên chiến lược và lập kế hoạch cho dự án khởi nghiệp phù hợp với nguồn lực hiện có. Thông thường, một số dự án được triển khai vượt quá nguồn lực hiện có sẽ làm dự án bị đuối sức sau một thời gian triển khai. Bên cạnh đó, nếu chúng ta lập kế hoạch với nguồn lực hạn chế hơn những gì đang có, thì đương nhiên chúng ta cũng tự giới hạn sự phát triển của dự án vốn dĩ có thể đi xa hơn.

Ngoài ra, đối với dự án khởi nghiệp, yếu tố nhân lực vô cùng quan trọng. Thực tế là có rất nhiều ý tưởng tuyệt vời nhưng do một đội ngũ tồi thực hiện nên tạo ra kết quả tồi. Ngược lại, có những ý tưởng được cho là tầm thường nhưng lại do một đội ngũ tuyệt vời thực hiện thì sẽ mang lại một kết quả dự án khởi nghiệp tuyệt vời, hoặc họ có thể thay thế ý tưởng ban đầu bằng một ý tưởng hoàn toàn khác với nguồn lực đang có. Trong thực tế không hề thiếu những ví dụ điển hình của trường hợp này. Trên thế giới, đó là những đội ngũ của Apple, Google, Alibaba… Ở Việt Nam thì có Thế Giới Di Động, TGM…

Do đó, điều quan trọng là phải biết lượng sức mình, đặt mục tiêu “cao để với, vừa để tới” vừa đảm bảo có thể thực hiện thành công, vừa có thách thức với cả đội ngũ. Chúc các bạn khởi nghiệp thành công với tư duy này.

4 nguồn lực cần thiết để khởi nghiệp kinh doanh:

Nguồn lực 1: KIẾN THỨC

Kiến thức là vô tận. Có kiến thức là bạn đã sẵn sàng cho một cuộc đua “khởi nghiệp” lâu dài. Có kiến thức thì bạn sẽ “ngã” ít hơn và hạn chế việc lặp lại những sai lầm của người đi trước.

Làm chủ một doanh nghiệp không hề dễ dàng. Bạn phải có kiến thức sâu rộng về nhiều lĩnh vực khác nhau để có thể điều hành doanh nghiệp đi đúng hướng của mình. Bạn phải biết về tài chính, bán hàng, marketing, chuỗi cung ứng… Bạn đã thực sự chuẩn bị những KIẾN THỨC này chưa?

Kiến thức còn bao gồm kỹ năng. Vậy bạn đã chuẩn bị kỹ năng để lãnh đạo, quản lý một doanh nghiệp chưa? Bạn đã biết lập chiến lược cho doanh nghiệp của mình trong năm năm tới chưa? Bạn đã biết cách vận hành doanh nghiệp của mình một cách tối ưu chưa? Mặc dù áp lực có vẻ khá lớn nhưng đừng vội nản chí. Nếu bạn biết mình thiếu hụt kiến thức lĩnh vực nào thì hãy bù đắp những kiến thức đó trước hoặc đồng thời khi khởi nghiệp. Thời gian vẫn còn đủ cho bạn bắt đầu.

Nguồn lực 2: CỘNG SỰ

Có một câu nói rất nổi tiếng của Warren Buffett nhấn mạnh về yếu tố nguồn lực này: “*Nếu muốn đi thật nhanh thì hãy đi một mình. Nếu muốn đi thật xa thì hãy đi cùng nhau*”.

Thực tế cho thấy bạn sẽ rất khó khăn khi phải khởi nghiệp một mình. Vì bạn không thể biết tất cả mọi thứ để vận hành một doanh nghiệp. Bạn có thể sản xuất ra sản phẩm nhưng liệu có chắc rằng bạn vừa sản xuất vừa marketing, vừa bán sản phẩm đó một cách tốt nhất? Nếu quy mô doanh nghiệp của bạn vừa hoặc nhỏ thì cũng có thể. Nhưng một khi doanh nghiệp của bạn lớn lên, chuyện gì sẽ xảy ra nếu bạn vừa sản xuất, vừa marketing, vừa bán hàng, vừa cung

ứng sản phẩm? Hoặc là bạn không thể hoặc sẽ không kéo dài được lâu.

Nguồn lực này còn giúp bạn đỡ cô đơn hơn trên con đường khởi nghiệp gian nan. Nếu bạn muốn phát triển doanh nghiệp mình một cách bền vững chứ không phải là một thương vụ một lần thì hãy tìm cho mình một cộng sự cùng chí hướng để bắt đầu từ những bước đầu tiên.

Nguồn lực này bao gồm: người đồng sáng lập (sẽ được đề cập chi tiết hơn trong Chương 7 của quyển sách) và nhân viên. Câu hỏi đặt ra ở đây là bạn cần bao nhiêu nhân viên cho giai đoạn đầu tiên của khởi nghiệp? Như thế nào là cần ít nhân viên? Như thế nào là cần nhiều nhân viên? Doanh nghiệp của bạn làm những việc gì? Sẽ có những nhà cung cấp nào cung cấp một số chức năng trong doanh nghiệp của bạn? Chi phí so sánh giữa việc thuê nhân viên cố định và thuê một nhà cung cấp để cung ứng chức năng đó như thế nào? Nên nhớ rằng: Khởi nghiệp không phải là cứ có thật nhiều nhân viên là tốt. Hãy khởi nghiệp một cách tối ưu nhất để có thể tồn tại.

Nguồn lực 3: TÀI CHÍNH

Bạn có thể khởi nghiệp với 0 đồng không? Câu trả lời là không.

Bạn có thể khởi nghiệp với số vốn ít ỏi không? Câu trả lời là có thể.

Bạn có thể khởi nghiệp khi đã có một số vốn đủ để nuôi sống bản thân và doanh nghiệp bạn ít nhất sáu tháng đầu tiên không? Câu trả lời là hãy cố gắng, bạn có thể khởi nghiệp được.

Không có gì đảm bảo rằng bạn sẽ có doanh thu ngay từ tháng đầu tiên thành lập doanh nghiệp. Cũng không có gì đảm bảo rằng bạn sẽ có doanh thu sau sáu tháng khởi nghiệp.

Vì vậy, hãy chuẩn bị cho mình một số vốn đủ để nuôi sống bản thân và duy trì doanh nghiệp. Và đừng quên yếu tố tiết kiệm, giảm thiểu lãng phí, lên kế hoạch bán hàng cụ thể để có doanh thu ngay khi khởi nghiệp, hoặc tốt nhất là bạn nên khởi nghiệp khi đã có khách hàng đầu tiên.

Nguồn lực 4: TINH THẦN

Tại sao TINH THẦN lại là một trong những nguồn lực cần thiết phải chuẩn bị khi khởi nghiệp? Bạn có thấy ai khởi nghiệp thành công khi đang gặp vấn đề rắc rối trong gia đình không? Bạn có thấy ai khởi nghiệp thành công khi đang gặp trục trặc lớn về tinh thần không?

Sự chuẩn bị tốt về tinh thần sẽ giúp bạn có động lực và quyết tâm để thực hiện khát vọng của mình.

Sự chuẩn bị tốt về tinh thần là có một nguồn hỗ trợ ngầm từ gia đình để khi bạn gặp khó khăn họ vẫn sẽ luôn bên bạn, động viên và đưa ra những lời khuyên quý giá.

5. T_Transportation: Dịch vụ vận chuyển.

Dịch vụ vận chuyển (transportation/logistics) là hoạt động thương mại, theo đó thương nhân tổ chức thực hiện một hoặc nhiều công việc bao gồm nhận hàng, vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm thủ tục hải quan, các thủ tục giấy tờ khác, tư vấn khách hàng, đóng gói bao bì, ghi ký mã hiệu, giao hàng hoặc các dịch vụ khác có liên quan đến hàng hóa theo thỏa thuận với khách hàng để hưởng thù lao.

Theo một thống kê vào năm 2014 đã được công bố trên các phương tiện thông tin đại chúng của Ngân hàng Thế giới, chi phí hậu cần ở Việt Nam chiếm tới 25% GDP, cao hơn so với hầu hết các nước khác như: Thái Lan là 19%, Trung Quốc là 18%, Nhật Bản là 11%, Singapore là 8%, Mỹ là 7,7%. Hiện nay, Việt Nam bị xem là nước có chi phí vận chuyển cao nhất trong khu vực Đông Nam Á. Chỉ riêng chuyện đi lại đã chiếm tới 1/5 tổng chi phí của người Việt: 21,4%. Tỷ lệ này ở Campuchia là 15,1%; Lào là 12,6%; Myanmar là 10,9% (nguồn tham khảo: báo *Tuổi Trẻ*, ngày 13/9/2015).

Nếu bạn đang chuẩn bị khởi nghiệp, khi đọc những thông tin này, bạn có lo lắng không? Bạn có tự đặt ra cho mình những câu hỏi nào không?

Một sản phẩm/dịch vụ khi đã được bán, thì nên được vận chuyển đến tay khách hàng một cách nhanh nhất, an toàn nhất nhưng với chi phí “ổn” nhất, hạn chế tối đa những lãng phí không đáng có trong quá trình vận chuyển là điều mà bạn cần quan tâm khi bắt đầu

khởi nghiệp.

Đó có thể là một trong những cách để bạn chăm sóc khách hàng của mình và thể hiện năng lực cạnh tranh của bạn trước các đối thủ khác.

Đương nhiên, đối với doanh nghiệp, chất lượng và giá thành là hai vấn đề sống còn; tuy nhiên, bạn cũng đừng xem nhẹ vấn đề vận chuyển hàng hóa. Nếu bạn quá nhấn mạnh vào việc phát triển sản phẩm và tài chính mà không tập trung đúng mức vào việc đáp ứng các đơn hàng thì sẽ gây ra hậu quả khôn lường.

Với bất cứ sản phẩm nào mà bạn đang bán, nếu không giao hàng đến người mua đúng hạn, bạn sẽ gặp rắc rối lớn. Đa số các công ty khởi nghiệp đều tập trung vào việc làm thế nào để tạo ra sản phẩm tốt; đây là điều cần thiết, tuy nhiên đôi khi việc vận chuyển sẽ là yếu tố tiên quyết đối với khách hàng. Thế nhưng lại có rất nhiều công ty gọi vốn cộng đồng chưa quan tâm đến việc đáp ứng các đơn hàng đã đặt cho đến phút cuối một cách thấu đáo. Việc đầu tư thành công vào các dự án khởi nghiệp đồng nghĩa với việc bạn cần phải giao hàng. Theo một thống kê từ CNN, 84% các dự án kêu gọi vốn cộng đồng (crowfunding) đều không đáp ứng được thời gian giao hàng cho khách. Nhiều công ty phải mất đến hơn một năm rưỡi mới có thể giao hết lượng hàng khách đã đặt.

Để tránh những rắc rối nêu trên, bạn cần tuân thủ những bước sau:

- **Phát triển một kế hoạch tốt:** Trong rất nhiều trường hợp, hoạt động kinh doanh của công ty vượt quá mục tiêu mong đợi và nhiều khi họ phải đối mặt với việc có quá nhiều đơn hàng không giải quyết kịp. Giải pháp cho vấn đề này là cần phải sớm lập kế hoạch từ lúc nhận đến lúc tập trung vào việc tạo ra sản phẩm, tiếp thị và tài chính. Giao hàng cần phải được xem là một trong những việc đầu tiên trong công tác lập kế hoạch, bởi vì bạn cần phải đáp ứng đơn hàng đầu tiên khi nó vừa được đặt. Bạn cần phải chắc chắn về thời gian sản xuất và tài khoản cho những chi phí của việc giao hàng/đáp ứng đơn hàng. Ngoài ra, bạn cũng phải chắc chắn rằng những thông tin này được thông báo tới tất cả các khách hàng của bạn.

- Có tiềm năng để phát triển: Việc giao hàng và đáp ứng đơn hàng cần phải được phát triển và mở rộng khi doanh nghiệp của bạn lớn lên. Bạn phải luôn luôn nghĩ về việc này chứ không phải một lần duy nhất khi bắt đầu khởi nghiệp. Xa hơn nữa, bạn cần phải xây dựng một chuỗi cung ứng mà bạn hoàn toàn có thể kiểm soát, chứ không phải phụ thuộc vào các đối tác thứ ba bên ngoài giúp bạn.

6. U_Unique: Sự khác biệt.

Sự khác biệt hay có thể gọi là giá trị cốt lõi là một phần quan trọng và cũng là phần khó diễn tả chính xác nhất, bởi vì bạn sẽ phải chắt lọc những giá trị cốt lõi nhất của sản phẩm, đồng thời nêu bật được sự khác biệt so với đối thủ cạnh tranh.

Trong một cuộc trò chuyện tại một trường đại học danh tiếng của Mỹ, cha đẻ của Chiến lược Cạnh tranh Michael Porter đã hỏi những sinh viên có bằng MBA (Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh) rằng: “Trong kinh doanh chúng ta thực sự bán cái gì?”.

Nhiều sinh viên đã trả lời: “Tất nhiên chúng ta bán sản phẩm”.

Michael Porter nói: “Công ty nào cũng bán sản phẩm, nhưng đó chưa phải là câu trả lời đúng”.

Một sinh viên gan dạ khác đứng lên và đưa ra một suy nghĩ táo bạo hơn: “Trong kinh doanh, ông chủ lập ra công ty để bán công ty”.

Michael Porter nói: “Đó là câu trả lời hay hơn nhưng vẫn chưa phải là câu trả lời đúng”.

…

Cuối cùng, Michael Porter kết luận rằng: “Trong kinh doanh, chúng ta bán *sự khác biệt*”.

Đến đây, bạn phải trả lời được câu hỏi: “Sản phẩm của bạn có gì khác biệt?”.

Nói cách khác, sự khác biệt là lý do để khách hàng chọn sản phẩm/dịch vụ của bạn. Sự khác biệt có thể là thiết kế độc đáo, giá cả tối ưu, vận chuyển nhanh chóng…

Để đi tìm sự khác biệt cho sản phẩm của bạn, hãy dựa vào những

yếu tố sau:

- Đặt mình vào vị trí của khách hàng và nhìn sản phẩm/dịch vụ của bạn dưới góc nhìn của họ.

- Tập trung vào những gì khách hàng sẽ nhận được sau khi sử dụng sản phẩm/dịch vụ của bạn.

- Sự khác biệt chỉ ra những thứ sẽ giúp bạn giành chiến thắng trước những đối thủ cạnh tranh. Lợi thế đó phải là một lợi thế khó sao chép và chỉ bạn mới có.

- Sự khác biệt giúp phân biệt bạn với tất cả mọi đối thủ cạnh tranh khác. Và đó cũng chính là điều sau này sẽ giúp bạn trở nên “vô đối” trong mắt đối thủ, đồng thời tạo nên lợi thế cho bạn và công ty mà không ai có thể sao chép được.

Bạn có biết rằng thị trường ngoài kia đầy rẫy những người “kinh doanh chưa đẹp”. Cứ mỗi ý tưởng bạn tạo ra sẽ có một ý tưởng sao chép ngay và bạn khó lòng bắt đối thủ của bạn không được sao chép. Sao chép trở thành chiến lược kinh doanh của những ông chủ hám lợi và của tất cả những ai đặt lợi ích tiền bạc lên trên hết mọi thứ, kinh doanh chỉ hoàn toàn kiếm tiền mà không tạo ra giá trị gì cả. Một trong những cách chắc chắn để ngăn chặn những tên hám lợi này là hãy xây dựng một công ty với sự khác biệt mà không một ai có thể sao chép hay tạo ra quy trình làm việc trên nền tảng đó. Chắc chắn bạn sẽ thành công trong thế giới hỗn độn này.

Hãy đi theo giá trị đặc biệt của bạn. Bạn sẽ cuốn cả thế giới theo mình.

Và cuối cùng, hãy ghi nhớ câu châm ngôn của vị Giáo sư đáng kính Michael Porter: “Trong kinh doanh, chúng ta bán SỰ KHÁC BIỆT”.

7. P_Profit, Price, Process: Lợi nhuận, Giá cả, Quy trình,.

*7.1. P*Profit: Lợi nhuận_

Chúng ta đều biết rằng:

Lợi nhuận = Doanh thu – Chi phí

7.1.1. Chi phí sử dụng

Một trong những chi phí bắt buộc đối với doanh nghiệp là chi phí truyền thông. Đó là sự thật. Nếu bạn không có chi phí truyền thông, bạn sẽ không có khách hàng vì "truyền thông là sản xuất ra khách hàng".

Do đó, bước đầu tiên là hãy liệt kê ra danh sách các kênh truyền thông miễn phí và các kênh truyền thông phải trả phí mà bạn có thể sử dụng để tiếp cận khách hàng.

Chắc bạn đã từng biết định nghĩa này: "Làm truyền thông tức là mua khách hàng". Nếu bạn đã tốn rất nhiều tiền cho sản phẩm mà chưa có khách hàng thì tại sao không dùng một ít cho truyền thông để tạo ra khách hàng? Vậy chi phí đầu tiên cần liệt kê chính là chi phí dành cho truyền thông.

Tiếp theo, bạn phải kiểm soát chi phí cho mọi trường hợp để tạo ra một sản phẩm tối ưu trước khi làm nên một doanh nghiệp tối ưu.

Kiểm soát chi phí giúp bạn tạo ra dòng tiền hiệu quả.

Để kiểm soát chi phí, bạn phải trả lời các câu hỏi sau đây:

– Doanh nghiệp của bạn có tất cả các loại chi phí nào?

– Làm thế nào để tối ưu hóa các chi phí đó?

Một điều không thể ngờ: Tiết kiệm cũng chính là cách kiếm tiền. Nếu bạn muốn gia tăng gấp đôi thu nhập, hãy ghi nhớ câu nói sau của một danh nhân: "Có một cách chắc chắn để tăng gấp đôi thu nhập là nhân đôi lượng tiền của bạn trước khi muốn mua bất cứ thứ gì không cần thiết và sau đó cất nó lại vào túi quần".

Bạn sẽ thấy: Tiết kiệm cũng chính là cách kiếm tiền.

Tối ưu hóa hệ thống vận hành doanh nghiệp là một trong những phương pháp hiện đại nhằm tối ưu hóa chi phí doanh nghiệp để gia tăng lợi nhuận tối đa, giúp bạn tạo ra khách hàng và sản phẩm/dịch vụ với chi phí cạnh tranh nhất - lợi nhuận cao nhất và đó cũng chính là một phần quan trọng nhất của quyển sách Khởi nghiệp thông minh này: giúp bạn khởi nghiệp với chi phí thấp

hơn và mang về lợi nhuận cao hơn.

7.1.2 Nguồn doanh thu

Doanh thu của bạn bắt nguồn từ đâu? Lợi nhuận trên mỗi sản phẩm là bao nhiêu? Bạn phải nắm rõ lợi nhuận dự kiến từ khách hàng theo tháng, quý, năm…

Ở một khía cạnh khác, con đường thành công của bạn chính là nguồn doanh thu cho doanh nghiệp. Toàn bộ sự nghiệp kinh doanh của bạn có thành công hay không đều phụ thuộc nguồn doanh thu và lợi nhuận có chuyển thành dòng chảy tài chính xuyên suốt hay không?

Bạn phải nắm rõ dòng tiền lưu thông của doanh nghiệp trong lòng bàn tay thì mới mong sự nghiệp kinh doanh của mình thành công một cách chắc chắn.

Bạn đã từng nghe câu nói "Tiền là máu của doanh nghiệp" chưa? Nếu ai đó mất máu nhiều quá thì sẽ chết. Doanh nghiệp cũng vậy.

Do đó, nghiêm túc mà nói, bạn sẽ phải ngồi lại và liệt kê mọi nguồn doanh thu dự kiến mà doanh nghiệp của bạn nhận được từ khách hàng. Sau đó, hãy xúc tiến truyền thông để tạo ra nhiều khách hàng, gia tăng nguồn doanh thu chính và rồi gia tăng nhiều nguồn doanh thu hơn nữa.

Hãy đảm bảo cho doanh thu dự kiến ở mức thấp nhất phải vượt xa chi phí thì doanh nghiệp của bạn mới phát triển lên tầm cao mới. Hơn nữa, doanh thu phải tăng song song với lợi nhuận sau khi đã tối ưu hóa chi phí… Những điều đó sẽ phải là mối quan tâm đầu tiên của bạn trong tất cả các hoạt động của doanh nghiệp.

Hãy tối ưu hóa chi phí, gia tăng doanh thu và gia tăng lợi nhuận doanh nghiệp. Đó là con đường khôn ngoan nhất dành cho mọi doanh nhân khởi nghiệp.

7.2. P_Price: Giá cả

Giá cả là một P trong 4P của marketing, bao gồm Product (sản phẩm), Price (giá cả), Promotion (ưu đãi) và Place (địa điểm). Thực tế, bạn cần tham khảo điều này trước khi bước vào cuộc chiến khởi nghiệp.

Mặc dù đối với người đang háo hức bước vào khởi nghiệp thì cạnh tranh về giá cả có vẻ không phải là ý tưởng hay ho cho lắm. Tuy nhiên, nó thật sự là vũ khí cạnh tranh đơn giản nhưng hiệu quả nhất.

Đặc biệt với thị trường Việt Nam, nếu cạnh tranh về giá, bạn sẽ chắc chắn thắng. Hãy tối ưu hóa sản phẩm của bạn, tác chiến với giá hấp dẫn nhất, phần thắng cuộc chơi kinh doanh sẽ nghiêng về bạn.

Khác biệt lớn nhất mà khách hàng có thể nhận ra giữa bạn và đối thủ cạnh tranh là gì? Chỉ có một câu trả lời đúng nhất cho điều này mà thôi: Giá cả! Mặc dù đây là chiến lược tiềm ẩn nhiều rủi ro và bạn phải chịu giảm lợi nhuận, nhưng nó rất đáng để thử.

Nếu cạnh tranh về giá, bạn sẽ thắng lớn ở thị trường Việt Nam.

7.3. P_Process: Quy trình

Quy trình đối với một dự án hay một công ty khởi nghiệp là tối quan trọng, vậy câu hỏi đặt ra là bao nhiêu quy trình cho một công ty khởi nghiệp là đủ?

Thậm chí nếu khởi nghiệp một mình, bạn cũng sẽ sớm nhận ra mình bị mất kiểm soát, trừ khi bạn bắt đầu sắp xếp và viết ra cách làm thế nào và khi nào cần hoàn thành công việc. Cho dù bạn có thích hay không, thì bạn cũng phải làm quen với các quy trình trong doanh nghiệp. Câu hỏi chính xác và cụ thể cần được đặt ra lúc này là: “Tôi cần tối thiểu bao nhiêu quy trình cho doanh nghiệp của mình?”

Câu trả lời đơn giản là bạn cần phải thực hiện từng quy trình một tại mỗi thời điểm, bắt đầu với những thứ vô cùng quan trọng với doanh nghiệp của bạn cho đến khi bạn cảm thấy và tin rằng những điều đó

bắt đầu xảy ra một cách tự nhiên và đều đặn, mà không có bất kỳ áp lực nào. Nếu bạn cảm thấy một quy trình nào đó là một gánh nặng, thì bạn đã đi quá xa rồi.

Các công ty khởi nghiệp cần phải cân bằng quy trình và sáng tạo. Việc sử dụng vừa đủ số lượng quy trình sẽ giúp các công ty khởi nghiệp tăng tốc. Nhưng đối với các doanh nghiệp bắt đầu từ đầu, đầu tư vào quy trình và hạ tầng sẽ rất tốn kém, mất thời gian và năng lượng thay vì có thể dành thời gian và năng lượng đó để làm những việc mang lại lợi ích trực tiếp cho khách hàng. Thậm chí tệ hơn, đầu tư vào quy trình có thể nhanh chóng trở nên lỗi thời khi một công ty phát triển và thách thức việc quản lý phát triển. Thực tiễn luôn thay đổi và đòi hỏi một quyết tâm cải tiến liên tục của công ty khởi nghiệp để thích ứng với quá trình này.

Sau đây là bảy quy trình trọng yếu liên quan đến hầu hết các công ty khởi nghiệp và được sắp xếp thứ tự ưu tiên dựa trên mức độ quan trọng của chúng. Hãy dành thời gian suy nghĩ về việc làm thế nào để triển khai từng quy trình này trong doanh nghiệp của bạn và những ảnh hưởng có thể xảy ra nếu chúng không được thực hiện đúng hoặc quên thực hiện. Các công ty khởi nghiệp sẽ không thể sống sót hoặc tồn tại nếu thiếu bảy quy trình cơ bản này.

1. Quy trình bán hàng

Bán hàng là bộ phận quan trọng nhất khi khởi nghiệp. Khi doanh nghiệp bán được hàng là bạn có doanh thu, khi doanh nghiệp có doanh thu là doanh nghiệp sống sót. Vì thế, quy trình bán hàng phải là quy trình cần có đầu tiên khi bạn khởi nghiệp. Trong quy trình bán hàng, bạn cần nêu rõ những thông tin sau: thông tin của khách hàng trong bước tiếp cận khách hàng; các mức chiết khấu trong bước thương lượng với khách hàng…

2. Quy trình chăm sóc khách hàng

Quy trình tiếp theo không kém phần quan trọng là chăm sóc khách hàng. Theo thống kê, phần lớn khách hàng đầu tiên mà doanh nghiệp khởi nghiệp có được là do truyền miệng. Vậy sẽ như thế nào nếu bạn chăm sóc khách hàng không tốt? Hãy viết ra một quy trình chuẩn để bạn hay cộng sự của bạn có thể thực hiện đồng nhất.

3. Quy trình thu chi

Giai đoạn đầu trong khởi nghiệp luôn xảy ra tình trạng phải chi những khoản nhỏ mà đôi lúc bạn còn không để ý, nhưng bạn không thể hình dung được rằng chính những khoản nhỏ đó lại trở nên vô cùng khủng khiếp khi thống kê chúng. Vì vậy, hãy xây dựng một quy trình thu chi cũng như bảng tổng hợp thu chi trong giai đoạn đầu khởi nghiệp để giúp bạn kiểm soát được nguồn thu chi ban đầu. Và điều này còn giúp bạn dễ dàng báo cáo với cổ đông về số tiền thu chi trong doanh nghiệp.

Trong quy trình thu chi, hãy xây dựng thêm quy trình quản lý tài sản của doanh nghiệp. Quy trình này sẽ giúp bạn quản lý những tài sản hiện hữu của doanh nghiệp - một yếu tố thể hiện tiềm lực của bạn. Đừng để mình bị mất kiểm soát về tài sản của chính bản thân.

4. Quy trình nhân sự cơ bản

Quy trình nhân sự cơ bản bao gồm: ngày trả lương, cách tính lương, quy định nghỉ phép, phương thức tuyển dụng… Hãy để cộng sự của bạn yên tâm khi hợp tác với bạn trong ngày đầu khởi nghiệp còn bộn bề khó khăn.

5. Quy trình marketing

Như đã đề cập ở các chương trước, marketing là một phần không thể thiếu khi bạn khởi nghiệp. Bạn hãy tưởng tượng thông tin về công ty của bạn được truyền tải ở những kênh không phù hợp? Bạn đã tốn nhiều chi phí cho marketing nhưng lại không nhận được bất kỳ thông tin có ích nào từ khách hàng; nhân viên của bạn đã marketing cho công ty bạn ở những kênh không cần thiết? Vì vậy, hãy xây dựng cho doanh nghiệp của mình quy trình marketing ở giai đoạn này. Không cần phải quá phức tạp, nhưng cũng cần có một số bước căn bản giúp bạn kiểm soát được truyền thông về mọi vấn đề liên quan đến doanh nghiệp của mình.

6. Quy trình lưu trữ thông tin, tài liệu

Vào một ngày đẹp trời, nhân viên của bạn nghỉ việc và xóa hết thông tin, tài liệu của doanh nghiệp. Hay người đồng sáng lập của bạn, vì thấy không phù hợp với bạn nên đã ra đi và mang theo các thông tin quan trọng của khách hàng mà bạn và họ đã tốn nhiều công sức mới có được. Hãy xây dựng cho doanh nghiệp của mình quy trình lưu trữ thông tin,

tài liệu để bạn không gặp phải những vấn đề trên. Bạn cũng nên áp dụng quy trình đó vào công việc của bản thân.

7. Quy trình "thoát" công ty

Cộng tác cùng nhau để phát triển doanh nghiệp là điều mà ai cũng mong muốn. Nhưng không phải lúc nào bức tranh khởi nghiệp cũng màu hồng. Vì vậy, hãy hoạch định sẵn một quy trình "thoát" khỏi doanh nghiệp dành cho những cổ đông sáng lập. Trong đó, bạn vạch ra các bước cần thiết để giải quyết khi "thoát" công ty: "thoát" bằng cách nào, khi nào thì "thoát", để chính bạn và những người đồng sáng lập còn lại không phải muốn "thoát" lúc nào thì "thoát"; không phải muốn "thoát" bằng cách nào thì "thoát".

Tất cả các quy trình này vẫn cần thiết khi doanh nghiệp bạn lớn lên, vì vậy hãy xây dựng nó ngay từ bước đầu khởi nghiệp và cải tiến dần để nó phù hợp với quy mô doanh nghiệp trong từng thời kỳ.

Tóm lại, nếu bạn là một công ty khởi nghiệp xuất sắc, bạn sẽ không cần sao chép hoặc làm theo quy trình của các đối thủ, thậm chí cả những việc rất cơ bản. Sáng tạo là yếu tố chủ chốt, do đó hãy áp dụng những quy trình tinh gọn nhưng hiệu quả hơn đối thủ và các công ty lớn. Tuy nhiên, việc không có quy trình sẽ không làm bạn trở nên "khác biệt" hơn. Nếu không có quy trình, có thể bạn sẽ vận hành công ty theo sở thích hơn là một doanh nghiệp bài bản. Sở thích đem lại niềm vui, nhưng nó thường tiêu tốn nhiều chi phí hơn việc tạo ra tiền để nuôi sống doanh nghiệp.

"Một mô hình kinh doanh thành công cần đem lại cho xã hội giải pháp để giải quyết những vấn đề đang còn tồn tại. Trước

hết, đó phải là những sản phẩm hay dịch vụ tốt hơn sản phẩm/dịch vụ hiện tại. Muốn vậy, chúng ta phải không ngừng sáng tạo, gây dựng cho mình và doanh nghiệp của mình văn hóa đam mê sáng tạo ngay từ những ngày đầu.”

- Đinh Văn Cường,

Chủ thương hiệu Bánh mì Cười

Chương 5 Chiến lược để phát triển bền vững: Liên tục cải tiến

*L*à người khởi sự doanh nghiệp, hẳn là bạn luôn muốn doanh nghiệp phát triển bền vững chứ không phải khởi sự doanh nghiệp để rồi phá sản hoặc buộc phải bán công ty trong tình huống không dự tính trước?

Cơ sở cho sự phát triển lâu dài và bền vững của doanh nghiệp không nằm ở chỗ định hướng doanh nghiệp mà nằm ở chỗ doanh nghiệp liên tục cải tiến theo xu thế tạo ra hướng đi mới và khác biệt.

Liên tục cải tiến để phát triển bền vững? Điều này nghe có vẻ lạ nhưng thật sự là "bí kíp" phát triển bền vững của mọi công ty.

Các doanh nghiệp phát triển bền vững là những doanh nghiệp liên tục cải tiến, thay đổi để đi từ "giai đoạn chín muồi" về "giai đoạn bắt đầu". Điều thú vị này chính là đề tài nghiên cứu kéo dài hàng thế kỷ của những chuyên gia hàng đầu nước Mỹ.

Có nhiều nghiên cứu đi tìm lời giải đáp cho câu hỏi: Vì sao có rất nhiều công ty phát triển lâu dài và bền vững?

Sau đây là một công trình nghiên cứu giúp bạn tìm lời giải đáp cho những băn khoăn bấy lâu nay: Làm thế nào để doanh nghiệp phát triển bền vững?

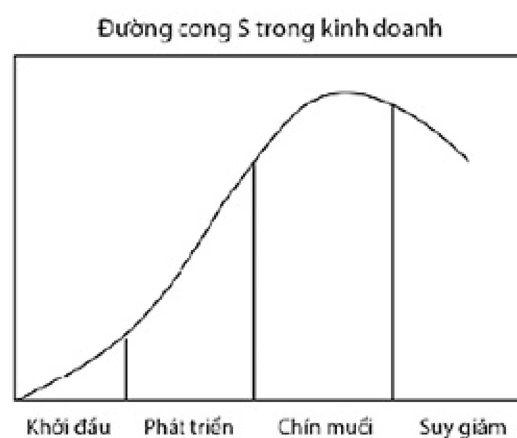
Hai nhà nghiên cứu Paul Nunes và Tim Breene là những chuyên gia trong lĩnh vực này. Họ sẽ giúp bạn giải đáp câu hỏi trên. Paul Nunes và Tim Breene là hai người lãnh đạo chương trình nghiên cứu các doanh nghiệp hiệu quả cao tại Accenture, một trong những công ty hàng đầu thế giới về tư vấn chiến lược từ năm 2003. Mục tiêu của chương trình này là nhằm tìm hiểu cách thức các công ty duy trì được sự phát triển lâu dài, bất chấp những khó khăn, khủng hoảng của thị trường và nền kinh tế.

Nghiên cứu của họ đã chỉ ra rằng các doanh nghiệp hiệu quả cao là

những doanh nghiệp có khả năng chuyển đổi từ thị trường ở giai đoạn chín muồi sang thị trường ở giai đoạn bắt đầu. Sự phát triển của những công ty hàng đầu là sự chuyển đổi liên tiếp giữa nhiều thị trường ở các giai đoạn khác nhau. Khi thị trường hiện tại suy giảm, cũng là lúc công ty chuyển đổi sang thị trường mới ở giai đoạn khởi đầu.

Doanh nghiệp hiệu quả cao luôn có khả năng tạo dựng bước tiến mới khi thị trường hiện tại bắt đầu suy giảm. Nói cách khác, những doanh nghiệp phát triển bền vững thực chất là những doanh nghiệp liên tục thay đổi theo chiều hướng đón đầu thị trường đang lên. Đó là lý do tại sao bất chấp khủng hoảng kinh tế, có những doanh nghiệp vẫn luôn đạt hiệu quả cao, và ngược lại, cũng có những doanh nghiệp bị chết đứng đúng như nghĩa đen của từ này. Đơn giản bởi vì đó là những doanh nghiệp cứng nhắc luôn cho rằng: làm theo định hướng ngay từ đầu thì mới hiệu quả. Nhưng thực tế xảy ra hoàn toàn khác với những gì họ đã nghĩ.

Paul Nunes và Tim Breene sử dụng khái niệm đường cong S. Trong kinh doanh, đường cong S thường được dùng để mô tả vòng đời của một sản phẩm hay dịch vụ, bao gồm bốn giai đoạn: khởi đầu, phát triển, chín muồi và suy giảm.



Giai đoạn khởi đầu: Là giai đoạn một sản phẩm/dịch vụ vừa mới được tung ra thị trường. Về cơ bản, đây là giai đoạn mà doanh thu và lợi nhuận sẽ tăng chậm. Nếu bạn nhìn kỹ đường cong của chữ S thì đường cong "đi từ dưới lên ở nấc đầu tiên" – đó chính là đồ thị diễn tả doanh thu và lợi nhuận của sản phẩm ở giai đoạn đầu tiên –

không tăng hoặc tăng rất chậm.

Giai đoạn phát triển: Đây là giai đoạn thứ hai của vòng đời sản phẩm. Thực tế đây là giai đoạn mà doanh thu và lợi nhuận tăng nhanh nhất. Trong giai đoạn này, vì chiến dịch PR và marketing của bạn đã đưa sản phẩm đến với công chúng nên mọi người sẽ mua sản phẩm của bạn tới tấp. Đồ thị để diễn tả giai đoạn bán hàng tăng mạnh nhất, đạt lợi nhuận cũng như doanh thu cao ngất ngưởng chính là nấc thứ hai của đường cong S – chiều hướng gia tăng vô cùng mạnh mẽ.

Giai đoạn chín muồi: Đến lúc này, doanh thu và lợi nhuận tăng chậm lại và sau đó không tăng nữa. Bạn cần nhận ra thời điểm này để thay đổi sản phẩm/dịch vụ với những ý tưởng mới và cách tân hơn để kịp đón nhận những gì sẽ đến. Đồ thị về doanh thu và lợi nhuận giai đoạn này chính là nấc thứ ba của đường cong hình chữ S – giai đoạn tăng chậm và kéo sang giai đoạn thứ tư.

Giai đoạn suy giảm: Đây là giai đoạn cuối cùng của đường cong S – nấc thứ tư và cũng là nấc trên cùng của đường cong S – đường cong đã đi xuống. Đây cũng chính là thời điểm bạn phải thay đổi sản phẩm/dịch vụ, phương thức kinh doanh cùng hệ thống tiếp thị mới. Đã đến lúc bạn phải thay đổi – đó chính là khẩu hiệu của giai đoạn này khi bạn nhận ra doanh thu và lợi nhuận có vẻ sụt giảm.

Vậy là đã đến lúc bạn phải cách tân sản phẩm, cách tân thương hiệu, cách tân công ty cùng đội ngũ nhân sự để bắt đầu lại “giai đoạn khởi đầu”.

Vậy đâu là những điều mà bạn phải cải tiến hằng ngày trước khi nhận thấy sự sụt giảm của doanh thu và lợi nhuận? Thực tế, những nhà lãnh đạo tài ba nhận ra mình cần phải thay đổi trước khi có bất kỳ sự giảm sút nào. Bạn phải chạy trước khi mưa đến, chạy khi thấy dấu hiệu gió thổi chứ không phải khi mưa đến rồi mới chạy. Ba yếu tố quan trọng sau đây phải liên tục được cải tiến trước khi bạn thay đổi bất cứ điều gì: sản phẩm, đội ngũ, hệ thống.

1. Sản phẩm/dịch vụ.

Chúng ta nhận thấy rằng sản phẩm/dịch vụ là điều đầu tiên cần phải

cải tiến hằng ngày, khiến nó trở nên tốt hơn trước khi doanh số sụt giảm. Ở giai đoạn đầu tiên, Nokia là hãng điện thoại di động thống trị thế giới với dòng sản phẩm đẹp về mẫu mã và cả chức năng sử dụng. Khi Apple tuyên bố sẽ cho ra đời dòng sản phẩm điện thoại thông minh (smart phone) với đặc tính “không có bàn phím”, hãng Nokia nói đó là một trong những tuyên bố “hài nhất” trong làng công nghệ từ trước đến giờ. Nokia quyết không thay đổi và tin rằng “mẫu điện thoại có bàn phím mới là sản phẩm điện thoại mãi mãi trường tồn”. Nhiều năm sau đó, điện thoại thông minh ra đời và Apple đã đúng. Apple đã tạo ra những dòng điện thoại không những “không có bàn phím” mà còn tích hợp nhiều tính năng như một máy tính xách tay thu nhỏ (mini laptop)… Lúc này, việc thị trường đón nhận những sản phẩm tiên tiến của dòng điện thoại thông minh cùng với việc nhiều hãng điện thoại thông minh khác xuất hiện đã khiến Nokia lao đao. Trước khi bị Microsoft mua lại, Nokia đứng trên bờ vực không biết đi về đâu khi mà trước mắt đầy rẫy dấu hiệu dự báo ngày tàn sẽ đến. Nokia đã không nhìn thấy những gì sẽ xảy ra trong tương lai và luôn “bảo thủ” với tư duy cho rằng mình là người đi đầu và hiểu rõ nhất về thị trường, cũng như dòng sản phẩm điện thoại do mình tạo ra. Và cuối cùng Nokia đã thất bại.

Tương tự câu chuyện của Nokia, trong làng điện thoại còn có một đại gia khác là Motorola – một trong những hãng sản xuất điện thoại thời kỳ đầu lớn nhất thế giới với cái tên nghe khá hấp dẫn. Hãng này cũng đã chính thức giải thể bởi không chịu thay đổi liên tục, trước khi nhận ra năng lực cạnh tranh của mình đã bị đối thủ vượt mặt.

Ngày nay, chúng ta cũng chứng kiến cảnh tượng Yahoo đang trên đà đi xuống trong khi Google ngày càng qua mặt nhanh chóng và rồi đã bỏ Yahoo rất xa trên con đường phát triển. Đơn giản bởi vì Yahoo không nhận ra mình phải thay đổi khi sản phẩm của mình đã bị đối thủ qua mặt.

Sự thay đổi trong nhu cầu khách hàng là yếu tố đầu tiên bạn cần phải nhận thấy và cải tiến trước khi doanh thu và lợi nhuận suy

giảm – dấu hiệu cuối cùng của vòng đời sản phẩm suy thoái.

2. Hệ thống.

Hệ thống vận hành là yếu tố tiêu tốn nhiều chi phí nhất. Một hệ thống cồng kềnh với nhiều nhân sự, nhiều quy trình… sẽ khiến doanh nghiệp khởi nghiệp của bạn phát triển chậm chạp. Người ta thường ví những công ty phát triển lâu đời như “con voi” đang đi. Nhưng bạn cần biết rằng, để con voi đó di chuyển chắc chắn từng bước một là cả một sự thay đổi, cải tiến không ngừng ở từng chức năng, từng bộ phận trong “con voi” đó.

Để một doanh nghiệp phát triển bền vững, không thể thiếu hình bóng của một hệ thống vận hành tối ưu: sản phẩm/dịch vụ có chất lượng ổn định, lãng phí được giảm thiểu tới mức thấp nhất có thể, con người vận hành hệ thống đồng bộ, giảm thiểu rủi ro…

Cải tiến/tối ưu hóa hệ thống vận hành sẽ giúp doanh nghiệp chuẩn bị đón đầu giai đoạn suy giảm một cách tốt nhất. Nói đơn giản hơn là: “Hạ cánh an toàn và ít rủi ro nhất”.

Hãy xây dựng một hệ thống vận hành tốt nhất và liên tục cải tiến nó, để bạn và những người đồng sáng lập tập trung vào việc nghiên cứu những sản phẩm/dịch vụ mới chất lượng hơn, tốt hơn và tạo ra nhiều sự khác biệt cho doanh nghiệp của bạn.

3. Đội ngũ.

Đội ngũ là một trong những yếu tố quan trọng góp phần tạo nên sự phát triển của một doanh nghiệp.

Có một câu chuyện rất hay thế này. Một chuyên gia đào tạo về chủ đề bán hàng và phát triển doanh nghiệp gặp một chủ doanh nghiệp có đội ngũ nhân sự làm việc èo uột. Chuyên gia này hỏi ông chủ rằng: “Tại sao anh không đào tạo nhân sự để gia tăng sức cạnh tranh và năng lực doanh nghiệp nội bộ?”. Ông chủ doanh nghiệp trả lời: “Nếu đào tạo để gia tăng năng lực của nhân viên lên tầm cao mới rồi nhân viên lại ra đi thì có phải tốn công không?”. Người chuyên gia ấy đã nói một câu khiến ông chủ phải ngẩn người: “Nếu anh không đào tạo nhân sự thì những nhân sự không được đào tạo ở lại công ty mới là điều nguy hiểm”. Nghe tới câu đó, chủ doanh

nghiệp đã nhận ra rằng: Phát triển đội ngũ là công việc vô cùng cấp thiết và phải làm ngay lập tức. Cách tốt nhất và gần như duy nhất cho đến bây giờ để doanh nghiệp phát triển đội ngũ chính là đào tạo. Sau khi hiểu ra vấn đề, ông chủ doanh nghiệp đã mời vị diễn giả đó về doanh nghiệp của mình để đào tạo nhân viên với chi phí 500 đô-la Mỹ cho 2,5 giờ huấn luyện.

Một năm sau đó, doanh số của doanh nghiệp này đã tăng gấp đôi và công ty sở hữu được một đội ngũ lúc nào cũng đầy nhiệt huyết, sẵn sàng phấn đấu hết mình cho công ty.

Những công ty có hiệu quả cao thường dành một khoản chi phí rất lớn để đầu tư cho đào tạo. Bạn cũng nên làm theo cách đó, bởi nếu không bạn sẽ phải trả giá bằng những sai sót mà phải tốn rất nhiều tiền bạc và thời gian để sửa chữa, khắc phục.

Có một đội ngũ có khả năng thích ứng nhanh với môi trường kinh doanh thay đổi liên tục như hiện nay là điều mà bất kỳ người chủ doanh nghiệp nào cũng mong muốn. Vì thế, đội ngũ là một trong những yếu tố bạn cần phải cải tiến (đào tạo, huấn luyện, kèm cặp) liên tục.

Nếu liên tục cải tiến, doanh nghiệp sẽ phát triển bền vững. Nếu liên tục cải tiến, doanh nghiệp sẽ có khả năng tự cải tiến để có năng lực thích nghi nhanh nhất với những thay đổi liên tục trên thị trường.

Sản phẩm/dịch vụ, hệ thống và đội ngũ là ba yếu tố quan trọng mà doanh nghiệp cần chú ý và cải tiến liên tục để phát triển bền vững trong bất kỳ giai đoạn nào.

Hãy ghi nhớ một phương pháp chắc chắn đem lại thành công cho doanh nghiệp: IMPROVEMENT (CẢI TIẾN).

“Khởi nghiệp thông minh là cuốn sách giàu tính thực tiễn, “phơi bày” sự thật về khởi nghiệp trong bối cảnh truyền thông đang tô hồng mọi thứ và rất nhiều bạn trẻ dấn thân vào con đường này mà chưa hiểu hoặc chưa hình dung hết những gì mình phải đối diện. Không dừng lại ở đó, *Khởi nghiệp thông minh* còn đúc kết và trình bày những kiến thức tổng quát nhất,

làm nền tảng cho việc xây dựng một doanh nghiệp hiệu quả, mà tôi tin chỉ có người nào đã từng khởi nghiệp và tư vấn doanh nghiệp nhiều mới có thể tổng hợp lại được.”

Nguyễn Ngọc Hà

- *Tổng Giám đốc Công ty TNHH TM DV Ofood*

Chương 6 Chiến lược “thoát” công ty (Exit Strategy)

Nếu bạn tâm suy đoán điều gì sẽ xảy ra thì bạn không nên dấn thân vào kinh doanh. Đây là thời điểm bạn phải nhận ra tầm quan trọng của những chiến lược rời bỏ công ty và bạn sẽ cần chúng để đạt hiệu quả cao nhất.

Nếu bạn thành lập công ty để bán những sản phẩm/dịch vụ mình tạo ra, thì đã đến lúc bạn phải suy nghĩ về cách “đóng gói” công ty của mình như một sản phẩm. Và lúc này đây, bạn phải chuẩn bị cho tương lai: Một ngày nào đó bạn không còn hoạt động cùng với công ty của mình nữa, nó sẽ ra sao và bạn muốn nó như thế nào sau khi bạn rời khỏi công ty?

Có một câu nói rất hay của một doanh nhân thành công là: “*Hãy kết thúc ngay từ lúc bắt đầu*”. Nói cách khác, dù làm bất cứ điều gì bạn cũng phải có tầm nhìn về điểm kết thúc. Đó chính là đặc tính quan trọng làm nên một nhà lãnh đạo. Nếu bạn mở công ty, thì đằng nào bạn cũng là nhà lãnh đạo, mà đặc điểm quan trọng nhất của nhà lãnh đạo chính là biết mình đang đi đâu và sẽ đi về đâu.

Bạn muốn có một khoản tiền đều đặn sau khi xây dựng công ty thành công?

Bạn muốn có một khoản tiền lớn sau khi xây dựng công ty thành công?

Bạn muốn bán công ty cho một ai đó?

Bạn muốn xây dựng doanh nghiệp theo yêu cầu của những công ty lớn để được mua lại rồi nhận số tiền thật lớn, sau đó du lịch thế giới?

Hay bạn muốn đưa công ty lên sàn chứng khoán?

…

Tất cả những điều trên cần phải được định hình ngay cả trước khi bạn sáng lập công ty. Bởi điều quan trọng nhất là: Bạn phải biết

được điểm cuối cùng trước khi bắt tay làm bất cứ điều gì. Đó chính là đặc điểm nổi bật nhất của người thành công.

Bạn là người tạo dựng doanh nghiệp nên bạn chính là người phải theo suốt doanh nghiệp trong một thời gian nhất định. Nhưng có một điều bạn cần quan tâm: các quyết định quan trọng phải dựa trên giả thuyết là một ngày nào đó bạn sẽ thoát công ty với phương thức nào? Đó là lý do đảm bảo rằng bạn phải có một chiến lược rời bỏ công ty khôn ngoan ngay từ khi bắt đầu khởi sự doanh nghiệp. "Thoát công ty" nghĩa là bạn không tham gia vào các hoạt động của công ty nữa mà công ty vẫn mang lại lợi ích về tiền bạc và tài sản cho bạn. Đó chính là chiến lược thoát công ty khôn ngoan.

Có một sự thật bất ngờ khi bạn phải trả lời câu hỏi ngược lại: Chẳng lẽ phải gắn bó với công ty của mình suốt cả đời, trong khi thực tế một công ty sẽ không thể mang lại nguồn tài sản đủ lớn như bạn mong muốn hay sao? Đáng tiếc, chuyện này không phải hiếm. Cũng chính vì thế nên một doanh nhân thường sở hữu nhiều công ty cùng lúc. Hiển nhiên, bạn sẽ phải xây dựng một công ty thành công và sau đó rời bỏ công ty hiệu quả thì mới có thể triển khai công ty thứ hai, công ty thứ ba… Đây chính là sự lựa chọn khôn ngoan: Đóng gói công ty bạn xây dựng như một sản phẩm và sau đó "rời bỏ công ty", mà công ty vẫn là "cái máy in tiền" đều đặn mang về cho bạn thu nhập lớn về sau.

Chiến lược *thoát khỏi công ty* thực chất là tinh thần "bắt đầu làm việc từ điểm kết thúc". Tinh thần làm việc này vô cùng quan trọng, quan trọng đến nỗi nó trở thành một triết lý sống dành cho các nhà lãnh đạo.

Có một câu chuyện thú vị về cuộc đời và sự nghiệp của Steve Jobs, người sáng lập và làm nên danh tiếng của Apple – hãng công nghệ lớn nhất thế giới hiện nay. Vào thời thanh niên, năm 17 tuổi, ông đã đọc được một câu chuyện và nó đã thay đổi cuộc đời ông. Câu chuyện viết: Vào mỗi buổi sáng, bạn đứng trước gương và nói với mình: "Nếu hôm nay là ngày cuối cùng của cuộc đời tôi, tôi có làm những điều tôi đang làm nữa hay không? Đến một ngày nào đó, bạn sẽ đúng…" Steve Jobs chia sẻ: "Kể từ năm 17 tuổi, ngày nào tôi

cũng đứng trước gương và nói với mình rằng: ‘Nếu hôm nay là ngày cuối cùng của cuộc đời, tôi có làm những điều tôi đang làm không?’ Nếu câu trả lời là không trong nhiều ngày, tôi biết mình phải thay đổi… Và sự thật từ trước đến giờ tôi chưa hề hối hận về những gì mình đã làm”. Câu nói nổi tiếng mà Steve Jobs để lại cho hậu thế là: “Nếu hôm nay là ngày cuối cùng của cuộc đời bạn, bạn có tiếp tục những điều bạn từng làm không?” Và trong toàn bộ chương này của quyển sách, có một câu hỏi cũng dành cho bạn: “Nếu hôm nay là ngày cuối cùng của cuộc đời mình, bạn có tiếp tục xây dựng công ty như bạn đang bắt đầu xây dựng không?” Nếu câu trả lời là có, thì bạn nên bắt đầu; nếu câu trả lời là không, thì bạn cần phải xem lại.

Bây giờ có một câu hỏi còn hóc búa hơn nữa: “Bạn sẽ phải ‘kết thúc’ công ty mình đã xây dựng như thế nào? Khi bạn không còn làm ở công ty mình xây dựng nữa thì sẽ như thế nào?”

Nếu bạn không thể trả lời cho câu hỏi này thì có một câu nói rất hay cũng của Steve Jobs tặng bạn, đó là: “Hãy cứ khao khát, hãy cứ dại khờ”, hay nói theo kiểu của Richard Branson là: “Mặc kệ nó! Làm tới đi!” Hãy làm đi rồi cuối cùng sẽ có đường đi. Tuy nhiên, nếu bạn muốn tìm hiểu giải pháp cuối cùng về “chiến lược thoát khỏi công ty” thì sau đây có thể là câu trả lời.

Có ba chiến lược thoát công ty được áp dụng bởi hầu hết những doanh nhân thành công mà bạn cũng có thể áp dụng cho chính mình. Nói cách khác, ba cách thoát công ty phổ biến sau đây sẽ cho bạn biết bức tranh cuối cùng mà bạn sẽ phải thực hiện khi doanh nghiệp hoàn tất.

Bạn muốn có một khoản tiền kha khá và đều đặn sau khi rời khỏi “thương trường”? Bạn muốn cùng với tổ chức/cá nhân khác xây dựng công ty hùng mạnh hơn? Tất cả đều phụ thuộc vào cách thoát công ty của bạn.

Nếu bạn muốn xây dựng công ty ngày càng phát triển và bạn là một phần trong đó, thì bán một phần công ty là chiến lược dành cho bạn.

Nếu bạn muốn “kết thúc” những mệt mỏi khi điều hành một doanh nghiệp thì thoát công ty bằng cách thông báo phá sản là chiến lược dành cho bạn. Sau đó, hãy quay về con đường làm thuê chuyên nghiệp.

Nếu bạn muốn có một số tiền lớn để được tự do và làm những điều mình yêu thích thì việc bán toàn bộ công ty sau khi hoàn tất là chiến lược thoát công ty dành cho bạn.

Bây giờ chúng ta bàn đến chi tiết từng chiến lược thoát công ty.

Chiến lược thoát công ty thứ nhất: Bán một phần công ty

Bạn có thể bán công ty cho những tổ chức/cá nhân có nhu cầu mua lại trên thị trường. Bán một phần công ty có thể là một trong những chiến lược thoát khỏi công ty khéo léo nhất.

Khi bán một phần công ty, bạn có quyền chọn tổ chức/cá nhân thâu tóm công ty. Làm thế nào để bạn chọn đúng tổ chức/cá nhân mua lại công ty của mình? Họ có thể mua công ty của bạn để mở rộng thị trường, tìm kiếm thị trường mới từ công ty, đưa ra sản phẩm mới cho khách hàng của công ty, hoặc đơn giản là bạn bán một phần công ty để tìm kiếm người cùng đi đoạn đường dài phía trước với những năng lực mà bạn không có; bạn thoát công ty ở những chức năng, bộ phận không phải sở trường của bạn.

Một trong những lợi ích quan trọng của việc bán một phần công ty là tổ chức/cá nhân mua lại sẽ phát triển thêm lượng khách hàng với sản phẩm cũ hoặc sản phẩm mới, góp phần mở rộng thêm thị trường, đồng thời có thể lấy sản phẩm/dịch vụ của bạn bán trong thị trường của tổ chức/cá nhân đã mua lại công ty của bạn. Đồng thời, có thể bạn sẽ có một ban lãnh đạo tuyệt vời hơn để điều hành, đưa doanh nghiệp phát triển vượt bậc.

Nhưng việc bán một phần công ty cũng có mặt trái của nó. Nếu không có sự thống nhất, hòa hợp giữa bạn và tổ chức/cá nhân mua một phần công ty của bạn thì chiến lược công ty sẽ thay đổi: công ty sẽ không còn đi theo định hướng ban đầu của bạn nữa. Đội ngũ của tổ chức/cá nhân mua lại có thể sẽ phá hủy tất cả những hệ thống, quy trình, đội ngũ mà bạn đã từng xây dựng và kết thúc luôn

sự nghiệp của bạn.

Nếu bạn muốn đưa công ty lên sàn chứng khoán thì nên làm như thế nào? Giải pháp IPO (viết tắt theo tiếng Anh “initial public offering”: Phát hành cổ phiếu ra công chúng lần đầu tiên) cũng là một lựa chọn dành cho bạn.

Điểm lưu ý trong chiến lược “thoát” này là hãy tìm cho doanh nghiệp của mình một tổ chức/cá nhân phù hợp về tầm nhìn, sứ mệnh và chiến lược để giúp doanh nghiệp ngày càng phát triển. Bạn được quyền lựa chọn.

Ưu điểm:

- Nếu doanh nghiệp của bạn có sự khác biệt đặc trưng, bạn sẽ tìm được những tổ chức/cá nhân cùng đồng hành và giúp doanh nghiệp của bạn phát triển vượt bậc;
- Bạn nhận được một khoản tiền lớn sau khi bán một phần công ty.

Nhược điểm:

- Bán một phần công ty thường dẫn đến tình trạng lộn xộn, khó khăn khi các giá trị văn hóa và các hệ thống cũ - mới xung đột;
- Bán một phần công ty nhưng không thỏa thuận rõ ràng ngay từ đầu sẽ làm bạn khó chịu trong suốt thời gian cùng điều hành doanh nghiệp.

Chiến lược thoát công ty thứ hai: Phá sản

Có người sẽ đặt câu hỏi: Đây là cũng là một chiến lược “thoát” công ty sao? Vâng, đây cũng là một cách có vẻ như không được tốt lắm và hẳn là rất ít người muốn sử dụng tới nó. Tuy nhiên, bạn vẫn nên dành thời gian để tham khảo qua.

Ngay cả khi đã là chủ một doanh nghiệp, bạn vẫn có quyền lựa chọn một cuộc sống như thế nào là đủ. Nếu bạn nói đủ thì nó là đủ. Nếu bạn thông báo công ty phá sản, tất nhiên mọi khoản tiền từ tài sản của công ty phải được dùng để trả nợ. Phần còn lại được chia

cho các cổ đông (nếu bạn có các cổ đông khác) và chắc chắn rằng họ xứng đáng được nhận phần của mình vì những gì họ đóng góp cho công ty trong thời gian hợp tác.

Điểm lưu ý trong chiến lược "thoát công ty" này là hãy phá sản một cách khôn ngoan và hạn chế rủi ro đến mức thấp nhất. Hãy tìm hiểu kỹ những vấn đề liên quan khi bạn quyết định… phá sản.

<u>Ưu điểm:</u>

- Dễ dàng;
- Không còn phải bận tâm về bất kỳ điều gì liên quan đến công ty;
- Dành thời gian cho cuộc sống cá nhân nhiều hơn.

<u>Nhược điểm:</u>

- Bạn có muốn thành lập công ty chỉ để thanh lý hay không? Chắc chắn là không. Vì công ty giống như một đứa con tinh thần của bạn. Bạn dồn hết tất cả tâm huyết, thời gian, sức lực để gây dựng nó. Chiến lược này chỉ khiến bạn mất đi khoảng thời gian và sức lực quý báu mà thôi;
- Bạn không còn được sự tin tưởng của cổ đông, khách hàng, nhà cung cấp và nhân viên. Sau này, khi bạn thành lập một doanh nghiệp khác, họ sẽ e dè và có một sự ái ngại nhất định khi làm việc với bạn.

Chiến lược thoát công ty thứ ba: Bán toàn bộ công ty

Thường thì công ty của bạn được bán cho một tổ chức/cá nhân nào đó bên ngoài công ty. Tuy nhiên, cũng có khi người mua không đến từ bên ngoài. Bạn cũng có thể bán doanh nghiệp của mình cho nhân viên hoặc người quản lý hiện tại.

Có ba trạng thái trong chiến lược "thoát" này:

– *Thứ nhất*: Công ty bạn đang "ăn nên làm ra" và trên thị thường có những tổ chức/cá nhân đang có ý định mua lại toàn bộ công ty bạn.

Bạn sẽ có hai sự lựa chọn: một là giữ công ty lại và điều hành theo ý mình; hai là bán lại công ty để tổ chức/cá nhân đó điều hành hoàn toàn và bạn có khoản tiền tương xứng và thời gian để thành lập một doanh nghiệp khác với một lĩnh vực/sản phẩm khác mà bạn yêu thích.

– *Thứ hai*: Nếu bạn cảm thấy đã "đủ", đã đến lúc nghỉ ngơi, dành thời gian cho bản thân và gia đình của mình, thì chiến lược thoát này là một chiến lược đáng để bạn nghĩ tới. Khi bán toàn bộ công ty, bạn sẽ có một khoản tiền và thời gian để làm những điều yêu thích thay vì mải mê "chinh chiến".

– *Thứ ba*: Công ty bạn không phát triển theo ý muốn vì một số lý do đến từ cách quản lý nguồn tài chính của bạn… Nhưng có những tổ chức/cá nhân thấy được tiềm năng phát triển của công ty bạn. Họ sẽ đề xuất mua lại. Nếu bạn muốn "đứa con tinh thần" của mình được "nuôi dưỡng" bởi một người tốt hơn, nó vẫn sẽ tồn tại nhưng chỉ là thay đổi chủ, thì đây là chiến lược "thoát công ty" mà bạn nên nghĩ tới vì nhân viên, khách hàng, cổ đông cùng sáng lập của bạn… chứ đừng vì sự ích kỷ của bản thân mà đưa doanh nghiệp của mình đi đến lụi tàn.

Điểm lưu ý đối với chiến lược thoát này là:

– Nếu bạn đang nắm quyền quyết định thì hãy tìm kiếm một tổ chức/cá nhân có thể trả cho bạn cái giá cao nhất khi bán toàn bộ công ty và họ cam kết sẽ đi đúng định hướng phát triển của bạn (nếu có thể).

– Nếu bạn ở trong "thế" cần phải bán, thì hãy gửi cho tổ chức/cá nhân mua lại một bản mô tả chi tiết, hoàn chỉnh nhất về doanh nghiệp của bạn (sản phẩm, khách hàng, nhà cung cấp, đặc điểm nhân viên, hệ thống vận hành…) để họ thay bạn vận hành doanh nghiệp ngày càng phát triển. Hãy nghĩ rằng: Doanh nghiệp của bạn vẫn còn tồn tại.

Ưu điểm:

- Bạn sẽ có một khoản tiền từ việc bán công ty;

- Bạn có thời gian rảnh rỗi nhiều hơn;
- Doanh nghiệp – đứa con tinh thần của bạn vẫn tồn tại trên thị trường (nếu người mua doanh nghiệp của bạn làm tốt).

Nhược điểm:

- Doanh nghiệp của bạn sẽ không còn được điều hành theo đúng mong muốn của bạn;
- Nhân viên, khách hàng và nhà cung cấp của bạn sẽ phải thích ứng với một nền văn hóa - hệ thống mới.

Chương 7 Người đồng sáng lập

Như ta biết rằng, rất ít người làm nên sự nghiệp một mình. Phần lớn những câu chuyện khởi nghiệp vĩ đại đều là câu chuyện của một nhóm người. Nói cách khác, một cá nhân rất khó làm nên sự nghiệp lớn. Như câu nói quen thuộc của doanh nhân, nhà đầu tư người Mỹ nổi tiếng Warren Buffett: “*Muốn đi nhanh, hãy đi một mình. Muốn đi xa, hãy đi cùng nhau*”.

Một doanh nhân khởi nghiệp đến gặp một nhà đầu tư để huy động vốn với mong muốn biến ý tưởng của mình thành hiện thực. Nhà đầu tư đã dành thời gian hơn ba giờ để ngồi nghe anh này thuyết giảng. Sau đó, ông ta nhận xét: “Ý tưởng của anh thật xuất sắc, nhưng tôi muốn hỏi thêm: Anh có nhóm làm việc của mình không?”. Anh chàng này đáp: “Không”, và rồi nhà đầu tư trả lời: “Rất tiếc! Chúng tôi không đầu tư cho ý tưởng, chúng tôi chỉ đầu tư cho một nhóm người mà thôi. Cho dù ý tưởng của anh rất xuất sắc nhưng nếu anh không có nhóm làm việc chung thì tôi không thể đầu tư được”.

Một thời gian sau, cũng có một doanh nhân khởi nghiệp khác đến gặp nhà đầu tư và trình bày ý tưởng để mong nhà đầu tư biến ý tưởng này thành hiện thực bằng hình thức rót vốn. Ý tưởng của anh chàng thứ hai này không quá xuất sắc như người thứ nhất, nhưng anh có một nhóm ba người cùng thực hiện ý tưởng đó. Nhà đầu tư đã đồng ý đầu tư không hoàn lại cho ý tưởng này trong hai năm.

Sự khác biệt giữa người thứ nhất và thứ hai không phải là ý tưởng hay hoặc dở, tiền đồ tương lai dự án ra sao, vốn đầu tư nhiều hay ít… mà chính là người thứ hai có một đội ngũ để cùng thực thi, còn người thứ nhất thì không. Và đó chính là sự khác biệt: một nhóm những người đồng chí hướng cùng nhau làm nên điều vĩ đại.

Vậy, khởi nghiệp có nghĩa là bạn phải đi tìm cho mình một người đồng sáng lập. Ở Thung lũng Silicon, người ta có một quan điểm “ngầm” rằng sẽ không có nhà đầu tư nào bỏ tiền vào nhóm khởi nghiệp có ít hơn ba người.

Vấn đề quan trọng ở đây là: Giữa những người đồng sáng lập cần phải có những điều kiện gì? Sau đây là những điều khoản hợp tác phải được thỏa thuận trước của một nhóm những người đồng sáng lập.

1. Tên gọi, thời gian, thời hạn và mục đích hợp tác.

Trước hết phải làm rõ tên nhóm là gì, thời gian hợp tác bao lâu và khi nào thì kết thúc dự án hợp tác? Mục đích của sự hợp tác và làm nên nhóm khởi nghiệp này là gì?

Có những câu hỏi phải làm rõ ngay từ đầu. Và điều này vô cùng quan trọng.

Mục đích chung của cả nhóm cho thấy mục đích riêng của từng người. Mục đích của từng người phải được gắn kết với nhau để hợp thành mục đích trọn vẹn của một nhóm, dù nhóm có hai người, ba người hay nhiều hơn… Những người đồng sáng lập phải hiểu rõ mục đích của mình cần đạt tới là gì? Và từng người trong tổ chức phải hành động vì mục đích chung đó.

Có một ông bố dắt ba đứa con vào rừng săn bắt hươu. Ông bố hỏi người con thứ nhất: “Con thấy gì?”. Người con thứ nhất trả lời: “Con thấy rừng”. Ông bố tiếp tục hỏi người con thứ hai: “Con thấy gì?”. Người con thứ hai trả lời: “Con thấy súng”. Ông bố tiếp tục hỏi người con thứ ba cùng một câu hỏi đó: “Con thấy gì?”. Người con thứ ba trả lời: “Con thấy hươu”. Ông bố trả lời: “Thật tốt! Ta sẽ hợp tác với con, hai đứa còn lại muốn làm gì thì làm. Theo ta, tốt hơn hết là các con đi về vì việc săn hươu không thích hợp với các con, và cũng không nên lập cùng một đội với cha”. Cuối cùng thì người con thứ ba và ông bố đã săn được mười con hươu, trong khi hai người con còn lại chẳng ai săn được con hươu nào. Câu chuyện này nêu bật một triết lý vô cùng quan trọng: Trong một tổ chức, mỗi thành viên phải có cùng mục đích hoặc phục vụ cho mục đích chung và phải thấy điều mà cả tổ chức thấy, nếu không hãy mời họ ra khỏi tổ chức.

Hình thức hợp tác

Hợp tác bao gồm nhiều hình thức khác nhau. Vào giai đoạn đầu của

khởi nghiệp, bạn phải làm rõ hình thức hợp tác, rằng ai sẽ làm gì? Ai sẽ đóng góp gì? Và ai sẽ thực hiện công việc cụ thể nào? Sự minh bạch này sẽ giúp các bên – những người đồng sáng lập – có bức tranh rõ ràng về việc mình sẽ làm và từ đó đạt được hiệu quả tốt nhất có thể.

Bạn hãy phân định cách đóng góp của người đồng sáng lập.

Bản thân bạn đóng góp điều gì? Năng lực, vốn, hay việc làm?

Người đồng sáng lập thứ nhất sẽ đóng góp gì?

Tương tự, những người sáng lập còn lại phải trả lời được câu hỏi: Mỗi người họ đóng góp gì để làm nên một tổ chức thành công? Tất cả phải rõ ràng cho đến khi bạn thấy từng chi tiết trong bức tranh tổng thể về công việc, lúc đó mới tiến hành khởi động: xây dựng công ty khởi nghiệp.

Hãy rõ ràng ngay từ đầu để tránh rắc rối về sau.

2. Thỏa thuận về quản lý chi phí doanh nghiệp.

Như bạn đã biết: chi phí và dòng tiền là huyết mạch quyết định một doanh nghiệp khỏe mạnh hay ốm yếu.

Vậy quản lý chi phí doanh nghiệp chính là bước đi quan trọng mà các nhà đồng sáng lập phải làm rõ với nhau từ thời điểm đầu của khởi nghiệp. Đạt tới thỏa thuận về quản lý chi phí là việc vô cùng quan trọng.

Bất kỳ doanh nghiệp nào cũng phải có chi phí, đặc biệt là chi phí dành cho nhà cung cấp – tức là những người tạo nên sản phẩm của bạn. Và điều quan trọng ở đây là tất cả những người đồng sáng lập phải hiểu rõ dòng chảy chi phí này chứ không phải chỉ có một người sáng lập. Bởi nếu một trong những người đồng sáng lập không biết dòng chảy tài chính doanh nghiệp đang diễn ra như thế nào thì rất phiền toái.

Có hai doanh nhân khởi nghiệp, một người làm nghề bán hàng, một người làm nghề đào tạo tiếp thị trực tuyến. Ban đầu hai người hợp tác để xây dựng doanh nghiệp đào tạo tiếp thị trực tuyến theo mô hình ăn chia 50% - 50% sau khi trừ mọi chi phí; vấn đề là anh bán

hàng chẳng biết gì về chi phí của dịch vụ công nghệ tiếp thị trực tuyến. Khóa học được tổ chức và tạo ra rất nhiều học viên, và tổng kết lại thì người đào tạo kiêm luôn các dịch vụ tiếp thị trực tuyến lẫn các chi phí về văn phòng đào tạo, vốn là những chi phí cao ngất ngưởng.

Do đó, tiền chia 50%-50% sau khi trừ mọi chi phí không đúng như kỳ vọng của cả hai người. Vì anh bán hàng chỉ biết mỗi công việc bán hàng, còn tất cả những phần phía sau thì anh đào tạo tiếp thị trực tuyến phải lo tất cả, nên cả hai đều không thấy hài lòng về khoản chia cuối cùng và thế là họ chia tay nhau.

Như vậy, thỏa thuận về quản lý chi phí doanh nghiệp thực sự cần thiết vì nó quyết định con đường đi về lâu về dài của những người đồng sáng lập.

3. Trách nhiệm và quyền hạn của mỗi bên.

Sau khi đã thảo thuận về quản lý chi phí doanh nghiệp thì đến lúc phải phân chia trách nhiệm và quyền hạn của mỗi bên và mọi bên.

Trong quá trình hợp tác để xây dựng doanh nghiệp chắc chắn sẽ có những người rất xuất sắc trong vai trò này nhưng lại chưa xuất sắc trong vai trò khác và ngược lại. Khi một người làm tốt ở một vai trò thì trách nhiệm họ cao hơn, đồng thời quyền hạn của họ cũng cao hơn. Ngược lại, nếu một người chưa làm tốt vai trò nào đó thì họ phải chấp nhận vai trò và quyền hạn họ thấp hơn. Vì vậy, quyền hạn và trách nhiệm của mỗi người trong nhóm đồng sáng lập không giống nhau. Quyền hạn và trách nhiệm được chia cho mỗi người theo cách mà họ đóng góp vào tổ chức, bao gồm: năng lực làm việc, vốn, thời gian và công việc đảm nhận.

Ví dụ như trường hợp một anh chàng chuyên gia bán hàng và một anh chàng chuyên gia đào tạo tiếp thị trực tuyến hợp tác với nhau để xây dựng công ty thì với những gì liên quan đến khách hàng và tài chính, anh chuyên gia bán hàng sẽ quyết định – có quyền hạn cao hơn, đồng thời trách nhiệm về việc tạo ra khách hàng cũng như tài chính doanh nghiệp cũng cao hơn. Ngược lại, với những gì liên quan đến chương trình đào tạo và chăm sóc khách hàng về kỹ thuật sau khóa học, anh chuyên gia đào tạo tiếp thị trực tuyến sẽ đảm

nhận. Vậy trong trường hợp này, chuyên gia đào tạo tiếp thị trực tuyến sẽ có trách nhiệm xây dựng chương trình đào tạo và hỗ trợ chăm sóc khách hàng về mặt kỹ thuật cao hơn anh chuyên gia bán hàng, và như vậy quyền hạn trong phần này cũng cao hơn. Đến một lúc nào đó, cả hai anh cũng phải kết hợp với chuyên gia marketing để tăng doanh số và tiếng tăm doanh nghiệp. Khi đó, cả hai người phải phân chia trách nhiệm và quyền hạn cho bên thứ ba.

Trong mọi trường hợp, điều này có nghĩa là: Quyền hạn song hành với trách nhiệm, quyền hạn nhiều hơn đồng nghĩa với trách nhiệm nhiều hơn và ngược lại.

4. Thống nhất phương pháp kế toán được sử dụng.

Kế toán là một phần không thể thiếu của mọi doanh nghiệp, dù là doanh nghiệp khởi nghiệp hay doanh nghiệp đã đi vào hoạt động lâu dài.

Do đó, ngay từ đầu, những người đồng sáng lập sẽ phải thống nhất phương pháp kế toán được sử dụng – tức là xây dựng dòng chảy tài chính dựa trên thu chi và mối quan hệ tài chính của doanh nghiệp với nhà nước – như thế nào?

5. Lương và lợi ích của mỗi bên.

Sau khi thống nhất phương pháp kế toán được sử dụng thì đã đến lúc các bên phải bàn bạc với nhau về chuyện lương và lợi ích của mỗi thành viên sáng lập.

Thường thì lương trong giai đoạn khởi nghiệp không cao lắm và lợi ích thì cũng phải thỏa thuận mới ra được kết quả. Ít khi nào lương và lợi ích trong giai đoạn đầu của doanh nghiệp lại đạt được mục tiêu như mong muốn, đó là lý do vì sao việc này càng rõ ràng ngay từ đầu càng tốt.

Hãy thận trọng với điều này: Đôi khi bạn cần phải dung hòa tất cả những gì bạn có để xây dựng nên công ty thành công, chấp nhận làm việc không lương trong suốt thời gian dài và không quan tâm đến lợi ích cá nhân trước mắt để doanh nghiệp cất cánh.

6. Chia lời và chia lỗ.

Trong khởi nghiệp, người ta có câu nói rằng: “Luôn tin tưởng vào

những điều tốt đẹp nhất, nhưng phải luôn chuẩn bị cho những điều tồi tệ nhất”.

Bạn có thấy rằng khi có lời thì ai cũng hào hứng, nhưng khi doanh nghiệp lỗ thì mấy ai đón nhận hay không? Đó là lý do ta phải chú ý đến điều này trong mọi trường hợp: Hãy đặt việc chia lời và chia lỗ dành cho mọi người đồng sáng lập.

Có nhiều nguyên tắc chia lời và lỗ khác nhau, nhưng thường là theo nguyên tắc: Nếu lời được chia như thế nào thì khi lỗ cũng được chia như thế đó. Điều này trở nên hợp lý khi những người đồng sáng lập là những người biết rõ mình là ai, làm gì, đóng góp những gì và sẽ nhận lại những gì.

Có một phương pháp chia lời và lỗ khác nữa: Nếu đóng góp năng lực cốt lõi thì không đồng thời góp vốn, nếu đóng góp vốn thì ít khi nào đóng góp việc làm, nếu đóng góp việc làm thì ít khi nào đóng góp vốn và năng lực cốt lõi… Khi lời thì nguồn vốn được chia (quy đổi thành tiền) cho những đồng sáng lập đầu tư về năng lực cốt lõi, đầu tư về vốn và đầu tư về việc làm. Ngược lại, khi lỗ thì người đóng góp vốn sẽ mất tiền, người đóng góp năng lực cốt lõi và việc làm không mất tiền mà mất thời gian, công sức cho dự án chung này. Nói chung, đã lỗ thì mỗi thành viên sáng lập không mất cái này cũng sẽ mất cái kia. Đó là một hình thức chia lời và lỗ khác.

Và dù thế nào chăng nữa thì việc chia lời và lỗ phải được đặt rõ ràng trên bàn đàm phán của những nhà đồng sáng lập doanh nghiệp ngay từ những ngày đầu tiên.

7. Chia tay.

Không những việc chia lời và lỗ cần phải đặt trên bàn đàm phán ngay từ giây phút đầu tiên khi khởi nghiệp, mà chính lúc này cũng phải nói điều kiện “chia tay”. Câu chuyện khởi nghiệp cũng giống như câu chuyện của cặp đôi yêu nhau, có kết hôn thì cũng có ly hôn.

Tại sao mới bắt đầu đã bàn đến chuyện “chia tay”? Ngày nay người ta có luật kết hôn và cũng có luật ly hôn để phân chia tài sản và những điều liên quan. Vì vậy, những người đồng sáng lập cũng cần

phải ký kết với nhau trước những nguyên tắc chung khi thành lập doanh nghiệp và khi chia tay doanh nghiệp. Nếu xem dự án khởi nghiệp là con đường lâu dài thì những người đồng sáng lập thực sự là những cá nhân kết hôn với nhau để làm nên sự nghiệp lớn. Nếu có luật ly hôn thì cũng phải có luật chia tay cho doanh nghiệp.

Trên thực tế, những điều cần thỏa thuận trước là: Khi hợp tác với nhau thì cùng làm vì mục đích gì và chiến đấu vì mục đích gì? Và có những điều kiện gì? Thực tế, những mục đích và điều kiện ngược lại sẽ khiến cho những người đồng sáng lập không thể tiếp tục chiến đấu cùng nhau được nữa. Đó là lúc họ phải chia tay.

Thay vì phải đợi một quãng thời gian làm việc với nhau mới biết lý tưởng và điều kiện không hợp nhau rồi chia tay, thì điều này nên được đưa lên bàn đàm phán ngay khi khởi sự doanh nghiệp. Thực tế, những điều kiện "chia tay" được thỏa thuận ngay từ lúc đầu sẽ giúp những người đồng sáng lập không tùy tiện vi phạm các nguyên tắc đã đặt ra. Đó cũng chính là cách xây dựng doanh nghiệp bền vững, trường tồn với thời gian.

"Không chỉ nêu ra những vấn đề cụ thể giúp người đọc nhận diện bản thân, từ đó có sự định hướng và xác định con đường đi cho mình khi quyết định khởi nghiệp, ***Khởi nghiệp thông minh*** **còn đưa ra những lời khuyên và gợi mở sự chuẩn bị, cách thức thực hiện; giúp các bạn trẻ có những bước đi vững vàng hơn trên bước đường khởi nghiệp. Đơn giản, dễ hiểu, dễ nắm bắt và thực thi từng bước một. Thành công là một quá trình và cần bắt đầu một cách thông minh hơn…"**

Nguyễn Đặng Phương Chi

\- *Tổng Giám đốc Công ty PQ EVENT*

Chương 8 Khách hàng đầu tiên

Những khách hàng đầu tiên sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến mô hình kinh doanh của bạn, vì khách hàng vô cùng quan trọng và khách hàng đầu tiên thì càng quan trọng hơn nữa.

Có một câu nói rất hay của một doanh nhân thành công là: "Doanh nghiệp không có điều gì cũng được, nhưng nếu không có khách hàng thì sẽ chết". Vậy giải quyết bài toán khách hàng thực sự là câu chuyện vô cùng hệ trọng. Những khách hàng đầu tiên lại càng quan trọng hơn. Và nếu bạn giải quyết được điều này, thì về cơ bản mọi phần khác của doanh nghiệp sẽ theo đó mà tiến tới thành công.

- Bạn băn khoăn về việc tìm kiếm những khách hàng đầu tiên?
- Bạn băn khoăn không biết tìm những khách hàng đầu tiên ở đâu?
- Bạn băn khoăn thế nào để tạo ra những khách hàng đầu tiên dùng sản phẩm/dịch vụ của bạn?

Và còn rất nhiều thứ băn khoăn khác sẽ làm cho bạn đau đầu hơn nữa về vị khách hàng đầu tiên này. Họ là ai? Ở đâu? Làm gì? Làm thế nào để có được những khách hàng đầu tiên đó?

Sau đây là những câu hỏi gợi ý về khách hàng đầu tiên:

1. Ai là người có niềm tin vào bạn nhất?

Những khách hàng đầu tiên chính là bạn thân của bạn, đồng thời hãy nhờ những người bạn thân giới thiệu bạn bè của họ. Bạn sẽ tìm ra được khách hàng đầu tiên từ đó, vì họ mua sản phẩm của bạn đơn giản vì họ tin bạn chứ không nhất thiết tin tưởng sản phẩm của bạn. Hãy khai thác danh sách những người bạn thân của bạn. Có thể đây là nơi ẩn chứa kho vàng mà bạn nên khai thác ngay từ đầu.

2. Ai đã từng có cơ hội làm việc với bạn?

(Tuy nhiên, bạn cần nhớ rằng: đừng bao giờ giới thiệu với đồng nghiệp, khách hàng, sếp cũ những sản phẩm/dịch vụ cạnh tranh trực

tiếp với sản phẩm/dịch vụ của công ty cũ. Đây là điều cấm kỵ).

Nếu bạn đã từng làm việc và tham gia một hoặc một vài công ty trước đó, thì đây là một lợi thế khi khởi nghiệp, bởi vì những người từng có mối quan hệ kinh doanh với bạn có thể là khách hàng đầu tiên của bạn trong công ty khởi nghiệp này. Những mối quan hệ từ công ty cũ sẽ giúp bạn đẩy nhanh đà tăng trưởng của sản phẩm trong giai đoạn đầu nếu bạn mời ông chủ hay nhân viên công ty cũ làm những khách hàng đầu tiên.

3. Bạn/người đồng sáng lập với bạn đang tham gia những hoạt động nào?

Mối quan hệ cộng đồng là một lợi thế. Bởi nếu bạn đã là thành viên của một cộng đồng nào đó, có nghĩa là bạn đã có được lòng tin của một hiệp hội nào đó và cả những người trong hiệp hội đó. Nó là cơ hội thuận lợi để bạn giới thiệu sản phẩm của mình và họ là khách hàng đầu tiên. Họ dùng sản phẩm bởi vì họ tin tưởng bạn hơn là tin sản phẩm, nhưng điều đó cũng tốt chứ sao không?

Các tổ chức thương mại lại càng tuyệt vời hơn, bởi họ là những người có nhận thức khá tốt về kinh doanh cũng như giá trị mà công việc kinh doanh mang lại cho xã hội. Hãy mời họ dùng sản phẩm để trở thành khách hàng đầu tiên.

4. Những danh thiếp mà bạn lưu trữ trong thời gian vừa qua?

Trong suốt thời gian tạo dựng và duy trì các mối quan hệ, bạn đã thu thập được rất nhiều danh thiếp của đối tác, bạn bè, đồng nghiệp, nhà cung cấp, khách hàng… Đây chính là thời điểm bạn nên sử dụng chúng. Chính từ những mối quan hệ đã có trước đây và dựa trên cơ sở niềm tin đã có nên họ chắc chắn là những người ủng hộ sản phẩm hay dịch vụ của bạn đầu tiên, hoặc ít ra họ cũng đưa những góp ý và phản hồi tích cực cho bạn để cải thiện và nâng cao chất lượng sản phẩm hay dịch vụ.

Rất nhiều người có thói quen đợi đến khi có việc mới “làm nóng” lại mối quan hệ và việc này thường làm “mất lòng” những người bạn của họ. Kinh nghiệm cho thấy rằng bạn nên thường xuyên liên hệ với những người mà bạn có danh thiếp. Đặc biệt, hiện nay, với

sự hỗ trợ của công nghệ thông tin, việc này vô cùng dễ dàng và thuận lợi. Ông cha ta có câu: “*Giàu vì bạn, sang vì vợ*”. Hãy luôn ghi nhớ điều này và áp dụng nó một cách thông minh vào cuộc sống và các vấn đề kinh doanh khác.

5. Ai/khu vực nào để khách hàng có thể dùng thử sản phẩm/dịch vụ của bạn?

Cần xác định rõ đối tượng và địa điểm để khách hàng có thể dùng thử sản phẩm và dịch vụ của bạn. Việc dùng thử này hết sức quan trọng, đặc biệt với các sản phẩm lần đầu tiên có mặt trên thị trường và mang tính giáo dục. Hãy nhớ và luôn dành một khoản ngân sách cũng như nguồn lực ban đầu để làm việc này.

Bây giờ, bạn đã có một danh sách khách hàng tiềm năng. Vậy bạn làm thế nào để tiếp cận danh sách này và thu hút những khách hàng đầu tiên?

Sau đây là một vài cách hữu ích mà bạn có thể bắt đầu:

- Gửi email để giới thiệu về sản phẩm/dịch vụ của bạn, cung cấp thông tin chi tiết về sự khác biệt, tính năng nổi trội và những ưu đãi dành riêng cho họ.

- Gọi điện thoại để giới thiệu về sản phẩm/dịch vụ của bạn và hãy đặt một cuộc hẹn để bạn có thể trình bày trực tiếp về sản phẩm/dịch vụ của mình. Hãy nên nhớ rằng truyền thông trực tiếp luôn là cách truyền thông hiệu quả nhất. Khi đã có cơ hội gặp trực tiếp khách hàng tiềm năng thì đừng bỏ lỡ cơ hội nhé. Phần còn lại phụ thuộc vào bạn.

- Xây dựng một chương trình dùng thử để những khách hàng tiềm năng có thể trải nghiệm sản phẩm/dịch vụ của mình. Bạn biết rồi đấy, ai trong chúng ta cũng đều e dè khi sử dụng một sản phẩm/dịch vụ mới. Vì vậy, hãy để họ trải nghiệm sản phẩm/dịch vụ của bạn! Chạy một chương trình dùng thử với chi phí tốt nhất chính là cách để bạn tồn tại.

Với những biện pháp nêu trên, chắc chắn bạn sẽ tìm ra được khách hàng đầu tiên của mình.

Việc tạo ra được khách hàng đầu tiên là bước đi quan trọng, hình thành nên những bước đi tiếp theo vững chắc hơn cho doanh nghiệp.

Những ngày đầu khởi nghiệp vô cùng gian nan, nhưng nếu bạn có được những khách hàng đầu tiên tin dùng sản phẩm của mình thì xem như bạn đã thành công một nửa trong sự nghiệp. Một nửa còn lại là bạn có quyết tâm làm đến cùng với mô hình kinh doanh bạn chọn hay không?

Doanh nhân khởi nghiệp cần phải có tinh thần "*Pay it forward - Đáp đền tiếp nối*". Việc doanh nghiệp muốn có khách hàng đầu tiên đòi hỏi doanh nhân hay doanh nghiệp cần phải cho đi khá nhiều, để nhận được những cái gật đầu đồng ý làm người đầu tiên sử dụng sản phẩm/dịch vụ, đồng thời đưa ra những phản hồi cho sản phẩm/dịch vụ trong thời gian đầu. Cho đi để được nhận lại nhiều hơn là một trong những thông điệp quan trọng mà tác giả quyển sách này muốn chia sẻ cho các doanh nhân khởi nghiệp để có được khách hàng đầu tiên, vì không có khách hàng nào muốn mình trở thành "chuột bạch" hay "vật thí nghiệm" bất đắc dĩ cả.

Người thành công không phải là người mạnh hơn, cũng không phải là người thông minh hơn mà là người tin rằng mình là người thành công và đi đến cuối con đường dù có phải trải qua bao nhiêu thất bại.

"Tôi tin rằng sau khi nghiền ngẫm về những câu chuyện mà tác giả mang lại trong cuốn sách này, các bạn sẽ thấy rằng thành công trong khởi nghiệp không phải đến từ những thiên tài hay vận may, mà thay vào đó là một chuỗi kiến thức và quy trình khoa học đã được đúc kết để mọi người có thể làm theo, đặc biệt là với những người đang ấp ủ một đam mê và khát khao biến đam mê, ước mơ của mình thành hiện thực."

Đoàn Thiên Phúc

- *Tổng Giám đốc Công ty SETECH VIỆT*

Chương 9 Gọi vốn (Fundraising)

*M*ột ý tưởng khởi nghiệp chỉ trở thành hiện thực khi có đủ điều kiện tài chính để có thể triển khai. Nhưng nếu để có đầy đủ tài chính rồi mới khởi nghiệp hoặc có tiền tiết kiệm đủ để khởi nghiệp (trong trường hợp bạn không có sự hỗ trợ từ gia đình) thì khi nào bạn mới có thể khởi nghiệp? Với sự thua kém cả về tuổi đời, kinh nghiệm, vốn… bạn sẽ triển khai ý tưởng khởi nghiệp của mình như thế nào?

Thực tế, vốn là yếu tố đầu tiên và sống còn của doanh nghiệp trong buổi đầu. Hơn nữa, để bắt đầu bất kỳ dự án nào, bạn đều cần có vốn. Nhiều doanh nhân khởi nghiệp có ý tưởng táo bạo đã bế tắc khi không có vốn để khởi sự doanh nghiệp. Vốn đóng vai trò quan trọng trong mọi mặt của kinh doanh. Khi bạn bước lên con thuyền khởi nghiệp, chắc chắn bạn sẽ gặp khó khăn về vốn. Vì thế chọn giải pháp gọi vốn - kêu gọi đầu tư là bước đi quan trọng để tạo dựng sự nghiệp kinh doanh thành công.

Sau đây là ba khái niệm gọi vốn và cũng là ba hình thức đầu tư được các nhà khởi nghiệp trên toàn thế giới hiện nay thực hiện.

1. Gọi vốn cộng đồng - Crowdfunding.

Khái niệm "gọi vốn cộng đồng" khá thông dụng với các bạn khởi nghiệp ở nhiều nước trên thế giới, nhưng hơi mới mẻ ở Việt Nam.

Đây là hình thức đầu tiên và cũng là một hình thức vô cùng thú vị mà những người khởi nghiệp hay dùng để kêu gọi vốn. Thông thường, hình thức gọi vốn này áp dụng cho các sản phẩm được cộng đồng yêu thích. Những nhà đầu tư – những người góp vốn từ cộng đồng – cũng chính là những người tham gia sẽ giúp dự án lan tỏa sâu rộng hơn trong cộng đồng, được nhiều người biết đến và có khả năng chính những nhà đầu tư cộng đồng sẽ tiếp tục PR để dự án phát triển.

Thông thường các doanh nghiệp khởi nghiệp nhỏ, mới bắt đầu hay chuyên về dòng sản phẩm nhất định sẽ chọn hình thức kêu gọi vốn dạng này với ưu điểm là tiếp cận tới số đông "nhà đầu tư", mà vẫn

không bị mất phần trăm sở hữu công ty. Cách gọi vốn này cũng có thể giúp các nhà khởi nghiệp thử nghiệm sản phẩm hay ý tưởng của mình trên thị trường.

Thứ nhất, gọi vốn cộng đồng thường bắt đầu qua nền tảng các website như: Kickstarter, Indiegogo… hay các website của chính những người kêu gọi vốn. Ngày nay, các kênh truyền thông qua Internet đã mở cửa và giúp cho việc tiếp cận cộng đồng – những nhà đầu tư – trở nên vô cùng hiệu quả. Nhờ thế, các doanh nghiệp khởi nghiệp có thể kêu gọi vốn dễ dàng qua Internet.

Tiếp theo, chủ sở hữu các ý tưởng/sản phẩm chia sẻ thông tin kêu gọi cộng đồng đầu tư cho dự án.

Thứ ba, những nhà đầu tư sẽ góp một khoản tiền (từ vài triệu đồng đến vài trăm triệu đồng) và nhận được một phần thưởng tùy theo mức độ hỗ trợ. Những nhà đầu tư cộng đồng sẽ nhận được phần thưởng có thể là quà lưu niệm của dự án, giảm giá dịch vụ hay bữa ăn tối với chủ đầu tư dự án… Với hình thức này, bạn sẽ quy tụ được lượng người đông đảo cùng tham gia dự án của mình. Không nhất thiết họ phải là những nhà đầu tư chuyên nghiệp, mà đơn giản họ tham gia cuộc chơi vì họ thấy vui là được. Với số tiền không phải là quá nhiều thì mọi người đều có thể tham gia được.

Nhờ sử dụng hình thức gọi vốn cộng đồng, chủ dự án có lợi vì không mất phần trăm cho các nhà đầu tư, không mất thời gian đi tìm nhà đầu tư, mà còn gây dựng được nhóm khách hàng tiềm năng từ những người đang đóng góp hoặc dõi theo dự án.

Ở nước ngoài, hình thức gọi vốn cộng đồng này khá thịnh hành và phát triển. Những doanh nghiệp khởi nghiệp bắt đầu với dự án nhỏ, sản phẩm được mọi người yêu thích và tiếp cận cộng đồng trên diện rộng sẽ quy tụ được cộng đồng lớn với hình thức gọi vốn cộng đồng này.

2. Nhà đầu tư thiên thần - Angel investor.

Chỉ với tên gọi “Nhà đầu tư thiên thần”, hẳn bạn đã có thể hình dung ra họ là những người như thế nào rồi. Họ có nhiều tiền? Đúng. Họ có nhiều tiền thì họ mới đầu tư cho doanh nghiệp của bạn.

Nhưng họ còn là một “thiên thần” khi dám đầu tư cho doanh nghiệp bạn – một doanh nghiệp có thể chưa có kết quả rõ ràng nhưng đã có một ý tưởng và mô hình kinh doanh rõ ràng. Nhà đầu tư “thiên thần” có thể là tổ chức, nhóm hoặc cá nhân.

Đây thực sự là may mắn của bạn nếu bạn gặp những nhà đầu tư “thiên thần”, vì thực sự họ là “thiên thần” của những nhà khởi nghiệp. Những nhà đầu tư thiên thần thường hướng đến mục tiêu phát triển cộng đồng hơn là đạt được lợi ích về lợi nhuận, và đó cũng là may mắn của những nhà khởi nghiệp.

Ưu điểm lớn nhất của hình thức gọi vốn từ những nhà đầu tư “thiên thần” là họ có thể đưa ra những ý kiến cố vấn có giá trị và những mối quan hệ trong kinh doanh hết sức quan trọng.

Thông thường, những nhà đầu tư “thiên thần” đã từng là những nhà lãnh đạo doanh nghiệp và họ là những người từng trải trong môi trường kinh doanh. Do đó, khi lấy vốn của họ, bạn sẽ nhận luôn các nguồn lực hỗ trợ đồng thời là kiến thức, mối quan hệ của họ để phát triển công việc kinh doanh của bạn. Đó là lý do lớn nhất khiến những nhà khởi nghiệp yêu thích hình thức kêu gọi vốn từ những nhà đầu tư “thiên thần”.

Những nhà đầu tư “thiên thần” thường là các cá nhân giàu có, có khả năng cấp vốn cho một doanh nghiệp lâu dài và thông thường, để đổi lại, họ có quyền sở hữu một phần công ty.

Công bằng mà nói, sự đầu tư của các nhà đầu tư “thiên thần” này có mức độ rủi ro cao và vì thế mức lợi tức họ yêu cầu cũng lớn.

Hãy nhớ rằng, điều quan trọng đối với những nhà khởi nghiệp trong giai đoạn đầu khi kêu gọi vốn từ những nhà đầu tư “thiên thần” không chỉ là tiền của họ, mà còn là sự khôn ngoan của họ. Số tiền đầu tư của những nhà đầu tư “thiên thần” này cũng khá lớn, nhưng không bằng sự khôn ngoan họ “rót” vào doanh nghiệp của bạn. Nói đến đây, bạn đã thấy được lợi ích thật sự của việc kêu gọi vốn kiểu này rồi chứ?

Khoản tiền đầu tư từ những nhà đầu tư “thiên thần” thông thường từ vài chục triệu đồng đến vài trăm triệu đồng. Họ thường đầu tư

cho các dự án đã phát triển và có khả năng mang lại lợi nhuận gấp hàng chục lần mức đầu tư họ bỏ ra trong thời gian ngắn 5-7 năm.

Hãy tận dụng hình thức đầu tư này để doanh nghiệp của bạn cất cánh.

3. Quỹ đầu tư mạo hiểm - Venture capital.

Quỹ đầu tư mạo hiểm sẽ xuất hiện trong giai đoạn doanh nghiệp bạn đang phát triển và cần một nguồn vốn lớn. Cái họ cần ở bạn là uy tín và sự phát triển trên thị trường. Vì thế, hãy nghĩ tới cách gọi vốn này khi bạn đã có "một cái gì đó nhất định" trong lĩnh vực bạn hoạt động và trên thị trường.

Sau đây là những đặc điểm của việc kêu gọi vốn qua quỹ đầu tư mạo hiểm:

– Việc kêu gọi đầu tư thường mất nhiều thời gian trong việc thuyết phục và thỏa thuận. Đây thực sự là hình thức kêu gọi vốn hấp dẫn nhất, nhưng cũng là hình thức kêu gọi vốn khó nhất, vì ở đây cần rất nhiều điều kiện cũng như các yếu tố khách quan và chủ quan khác. Tiếp xúc với hình thức đầu tư này không dễ dàng và trong đó cũng có nhiều bí ẩn mà bạn cần phải tháo gỡ, cần quá trình làm việc trong thời gian dài mới đủ điều kiện thẩm định và thông qua.

– Quỹ đầu tư mạo hiểm thường rót vốn vào các doanh nghiệp mới thành lập đã phát triển được một thời gian, nhưng chưa niêm yết trên thị trường chứng khoán.

– Hình thức đầu tư này vô cùng phức tạp vì bạn sẽ phải thông qua một tổ chức/quỹ chuyên nghiệp để thực hiện và quản lý vốn đầu tư. Bạn sẽ phải chịu sự kiểm soát chặt chẽ của những doanh nghiệp/tổ chức đầu tư cho dự án của bạn, đổi lại họ sẽ rót vốn mạnh vào doanh nghiệp để bạn phát triển.

– Quỹ đầu tư tham gia vào việc kiểm soát và trợ giúp điều hành và phát triển công ty. Hơn nữa quá trình điều hành này thường chặt chẽ và có sự giám sát toàn bộ dự án của công ty đầu tư cho bạn.

– Hình thức đầu tư này thường rót vốn cho bạn với số tiền lớn hơn rất nhiều so với hai cách kêu gọi đầu tư được đề cập trước trong chương này.

– Đối tượng được đầu tư mạo hiểm phần lớn là các công ty công nghệ cao, tân tiến, có quy mô vừa và nhỏ đã qua giai đoạn phát triển, có nền tảng vững chắc.

– Điều lưu ý cuối cùng khi bạn chọn hình thức đầu tư này là phải thỏa thuận rõ ràng trước khi được rót vốn để tránh bị kiểm soát và ràng buộc về thời gian ngoài mong muốn.

Đây thực sự là hình thức rót vốn lý tưởng để các nhà khởi nghiệp lựa chọn, nhưng đổi lại bạn sẽ mất kiểm soát hoặc kiểm soát rất ít khi công ty của bạn phát triển. Vì vậy, hãy có sự lựa chọn khôn ngoan để vừa phát triển doanh nghiệp, vừa có sự tự do của bản thân sau khi doanh nghiệp thành công.

Ngoài các hình thức đầu tư trên, bạn cũng có thể gọi vốn thông qua gia đình, bạn bè… và nhiều hình thức kêu gọi vốn đầu tư khác.

Để kêu gọi được một số vốn cho doanh nghiệp, bạn sẽ mất rất nhiều thời gian vì khi một ai đó, tổ chức nào đó bỏ ra tiền để đầu tư, họ đều cân nhắc rất kỹ, vì thế sẽ khiến bạn cảm thấy căng thẳng. Nhưng đừng nản chí. Hãy nhớ đến câu nói của Che Guevara: "*Hạnh phúc không phải là cảm giác tới đích mà là trên từng chặng đường đi*".

Các nhà khởi nghiệp hãy cân nhắc khi nào nên bắt đầu gọi vốn và hình thức gọi vốn nào sẽ phù hợp với mô hình doanh nghiệp hiện tại của mình. Dù sử dụng bất kỳ hình thức gọi vốn nào, bạn cũng phải tìm hiểu thật kỹ về "người bỏ tiền ra cho bạn" và đưa ra những hạng mục (nếu cần thiết) để không gây bất lợi cho doanh nghiệp của bạn sau này.

Cuối cùng, dù thế nào đi nữa, hãy đi tiếp con đường mình đã đặt chân lên. Khởi nghiệp là con đường tuyệt vời và hấp dẫn nhất mà bạn từng đi trong đời.

"HÃY CỨ KHAO KHÁT!
HÃY CỨ DẠI KHỜ"

- Steve Jobs

KHỞI NGHIỆP THÔNG MINH TRÊN MỘT TRANG GIẤY

Ý tưởng:

……………………………………………………

……………………………………………………

……………………………………………………

S	Giải pháp	
M	Tiếp thị	
A	Vùng hoạt động	
R	Nguồn lực	
T	Dịch vụ vận chuyển	
U	Sự khác biệt	
P	Lợi nhuận	
	Giá cả	
	Quy trình	

Lời cám ơn

*N*ếu chỉ có một mình, tôi biết tôi sẽ không thể hoàn thành và mang đến cho bạn đọc quyển sách *Khởi nghiệp thông minh* với mô hình SMARTUP này.

Thông qua tác phẩm này, tôi xin gửi lời cám ơn chân thành đến đội ngũ nhiệt huyết và chuyên nghiệp của Công ty Cổ phần Sách Alpha. Cám ơn các bạn đã miệt mài làm việc để cùng tôi hoàn thành quyển sách.

Tôi cũng xin gửi lời tri ân sâu sắc đến chú Lý Trường Chiến, anh Nguyễn Tuấn Quỳnh, anh Phạm Đăng Duy, anh Trần Quốc Phúc, anh Nguyễn Ngoan, chị Nguyễn Đặng Phương Chi, em Nguyễn Ngọc Hà, em Đoàn Thiên Phúc, em Đinh Văn Cường, anh Trần Trung Kiên và em Davis Truyền. Là những người có nhiều kinh nghiệm trên con đường khởi nghiệp, các anh/chị/em đã đưa ra những chia sẻ sâu sắc để quyển sách này thật sự dành cho những ai đam mê khởi nghiệp.

Tôi xin được gửi lời cám ơn đến các đối tác, cộng sự, bạn bè, gia đình của tôi vì đã đồng hành cùng tôi trong quá trình khởi nghiệp – một quá trình đầy ắp thử thách nhưng cũng vô cùng thú vị.

Cuối cùng, quyển sách này là lời cám ơn mà tôi muốn dành cho người vợ yêu quý, người đã hỗ trợ tôi trong suốt quá trình lập nghiệp, đồng thời cũng là người động viên, truyền cảm hứng để tôi hoàn thành quyển sách này.

NGÔ CÔNG TRƯỜNG

Thành phố Hồ Chí Minh, tháng 3 năm 2016

Diêu Minh: Ngôi sao bóng rổ người Trung Quốc. Du Mẫn Hồng: Giảng viên tiếng Anh kiêm chuyên gia trong lĩnh vực quản lí. Năm 2012 được bình chọn là 1 trong 50 chuyên gia kinh tế có ảnh hưởng lớn nhất Trung Quốc. 1. Nhà đầu tư thiên thần là những người giàu có, có khả năng cấp vốn cho một doanh nghiệp mới thành lập, đổi lại, họ có quyền sở hữu một phần công ty. Han Geng: nam ca sĩ, vũ công, diễn viên, thành viên của nhóm nhạc Hàn Quốc Super Junior. Nghĩa là con chim yến bay nhanh. Ý nói một người bình thường không có biểu hiện gì đặc biệt, nhưng khi làm thì có thành tích khiến mọi người kinh ngạc. Tên một phố đi bộ chuyên bán quần áo, phụ trang ở Trung Quốc. Diễn viên khá nổi tiếng người Đài Loan. Thẻ sử dụng cho những người định cư ở nước ngoài. Cách gọi trong chơi phỏm của Trung Quốc, nghĩa là có 3 cây cùng quân bài (ví dụ cùng là quân K). Trích trong bài thơ Vịnh liễu của nhà thơ Hạ Tri Chương, thời Đường, Trung Quốc. Ý nói: “Ngọc biếc điểm nên một cây cao” hoặc “Cây cao tựa ngọc điểm trang”. Ý nói dòng sông trong xanh như thể nhuộm lên mình một tấm áo tràn đầy sắc xuân. Giải vô địch bóng đá Ý. National Basketball Association, giải bóng rổ nhà nghề dành cho nam tại Bắc Mỹ. Formula One, môn thể thao đua ô tô do Liên đoàn Ô tô Quốc tế tổ chức. Trong tiếng Trung, từ “con ngỗng” và “Hằng Nga” đọc hơi giống nhau. Trong tiếng Trung, từ “con rết” và “không công” đọc giống nhau. Loại rượu trắng nổi tiếng ở Tứ xuyên làm bằng năm loại lương thực. Hình ảnh ẩn dụ chỉ việc muốn trốn tránh thực tế. Hai nhân vật trong Tam quốc diễn nghĩa. Để lừa được Tào Tháo, Hoàng Cái và Chu Du đã phải dụng tâm làm khổ nhục kế. Biết Sái Trung, Sái Hòa (hai nhân vật hư cấu, là em của Sái Mạo) sang Đông Ngô trá hàng, Chu Du và Hoàng Cái cố ý giả vờ cãi nhau, rồi Chu Du đánh đòn Hoàng Cái trước mặt hai tên họ Sái, để hai gián điệp của Tào Tháo đưa tin tức sai. Hoàng Cái giả cách oán hận Chu Du, cử Hám Trạch sang đưa thư trá hàng. Do tin của Sái Trung, Sái Hòa đưa về, cộng với tài ăn nói của Hám Trạch, Tào Tháo tin việc Hoàng Cái sang hàng là thật. Có nghĩa là: Trong lòng có thơ ca thì tinh thần rạng rỡ. Nay ta chôn hoa, người cười ta cuồng si. Từ xuất phát trong cách nói của dân gian, chỉ người đàn ông độc thân. Có nghĩa là: đệ nhất nghìn

cân. “Thiên kim” hay còn gọi là “nghìn vàng”. Trong tiếng Trung, “nghìn vàng” và “nghìn cân” đọc giống nhau. Tác giả muốn chơi chữ, ý nói là rất béo. Nghĩa là người đàn ông độc thân giàu có. Ca sĩ, ngôi sao điện ảnh Hồng Kông, nổi tiếng từ thập niên 1980. Những con số rất lớn từ hàng trăm triệu trở lên, ví dụ khoảng cách giữa các hành tinh trong vũ trụ. Đạo diễn, diễn viên hài Hồng Kông, được đánh giá là diễn viên hài xuất sắc nhất của điện ảnh châu Á với biệt danh Vua hài. Món ăn nổi tiếng của Trung Quốc, làm từ thịt lợn, hơi giống món thịt kho tàu nhưng làm cầu kỳ hơn và có vị ngon hơn. Diễn viên nổi tiếng của Trung Quốc. Thương hiệu cà phê nổi tiếng của Trung Quốc. Tiếng Quảng Đông có nghĩa là kết hôn, tìm được một nửa còn lại. Ngày kỷ niệm phong trào Ngũ Tứ của Trung Quốc, mùng Bốn tháng Năm. Câu thành ngữ, ý nói ngựa khôn không gặm cỏ cũ, không ngoái đầu lại bãi cỏ đã chạy qua. Nói rộng ra là người khôn ngoan không mãi luyến tiếc cái đã mất. Trong tiếng Trung, từ “醋” vừa có nghĩa là “giấm” vừa có nghĩa là “ghen tuông”. Ở đây tác giả muốn chơi chữ. Một câu thành ngữ, ý nói gặp được chuyện tốt lành. Ở đây tác giả muốn chơi chữ, Lâm và Bảo là hai nhân vật trong Hồng lâu mộng. Có nghĩa là giữ chặt. Gần bằng 1/3 mét. Phiên Phi nghĩa là bay nhanh, Phiên Phiên Phi là bay lượn tung tăng. Có nghĩa là: qua năm cửa ải, chém sáu tướng, chỉ một việc vô cùng khó khăn. Nguyên khúc: một hình thức văn nghệ đời Nguyên gồm tạp kịch và tản khúc. * Quẻ Khiêm (quẻ kép): Quẻ khôn trên chỉ đất,Quẻ khôn dưới chỉ núi 1. 225 ghế trong số 450 ghế Duma quốc gia chia cho các đảng phái tham gia tranh cử theo tỉ lệ số phiếu bầu ở các khu vực bỏ phiếu trên toàn liên bang, 225 ghế còn lại tính theo nguyên tắc đa số tương đối ở các khu vực bầu cử đề cử cá nhân. 2. Căn cứ theo Luật trưng cầu dân ý Duma quốc gia Nga thông qua ngày 11 tháng 6 năm 2004, quy định hàng loạt những hạn chế về vấn đề đề nghị trưng cầu dân ý, trong đó quy định rõ: các vấn đề như “sửa đổi nhiệm kì tổng thống và Duma quốc gia Nga, và tổ chức bầu cử sớm hoặc trì hoãn bầu cử tổng thống và Duma quốc gia Nga” đều không được tiến hành trưng cầu dân ý. Tham khảo “Luật trưng cầu dân ý Liên bang Nga”. 1. Theo quy định của điều 99 “Hiến pháp Nga”, 30 ngày sau khi

bầu ra Duma quốc gia sẽ tổ chức hội nghị lần thứ nhất, nhưng tổng thống Liên bang Nga có thể triệu tập hội nghị Duma quốc gia trước thời hạn thông qua Lệnh tổng thống. 1. Báo nước Nga mới: http//www. rusnews.cn/eguoxinwen/eluosi - neizheng/2007/211/41986301.html 2. Báo nước Nga mới: http://www.nusnews.cn/eguoxinwen/eluosi - nenzheng/ 2007/211/41986908.html 1. Cuối năm 1999 đến đầu năm 2000, từ khi Putin lên cầm quyền, thương mại song phương giữa Nga và Liên minh Châu Âu tăng trưởng tương đối nhanh, tổng kim ngạch thương mại song phương tăng từ khoảng 52,7 tỷ Euro năm 1999 lên khoảng 213,3 tỷ Euro năm 2006, tổng kim ngạch thương mại tăng gấp 4 lần, tăng bình quân năm 23,4%. European Union. Eurostat. 2. Là khu vực tiêu thụ năng lượng lớn thứ hai thế giới, 30% dầu mỏ của liên minh châu Âu nhập khẩu từ Nga, mà khí đốt của Nga lại chiếm đến 50% lượng khí đốt nhập khẩu của liên minh châu Âu. Christian Cleutinx, The EU – Russian Energy Dialogue, October 2005 3. _Trụ cột thứ nhất_: bảo hiểm dưỡng lão xã hội, chỉ dành cho những người đặc biệt khó khăn không có khả năng đóng phí bảo hiểm dưỡng lão; _trụ cột thứ hai_: bảo hiểm dưỡng lão bắt buộc, nó là bộ phận quan trọng nhất trong hệ thống bảo hiểm dưỡng lão, lập tài khoản cá nhân cho tất cả những người làm việc, cung cấp bảo đảm dưỡng lão, tiền của nó do doanh nghiệp và công nhân viên chức nộp và lợi nhuận quỹ; _trụ cột thứ ba_: bổ sung bảo hiểm dưỡng lão, còn gọi là kế hoạch quỹ năm ngành nghề hay kế hoạch quỹ năm doanh nghiệp, nó là kế hoạch nghỉ hưu của tư nhân quản lý, do chủ lao động tự nguyện thành lập, tất cả những người lao động đều có thể tự nguyện tham gia. 4. Số liệu của Bộ y tế và xã hội Nga 5. Là một trong “Bốn dự án lớn được ưu tiên của quốc gia” được nhắc tới ở trên. 6. Năm 1999, tại Bologna, Italia, 29 quốc gia Châu Âu đã đưa ra kế hoạch cải cách giáo dục đại học Châu Âu, mục tiêu là đến năm 2010, xây dựng được chế độ công nhận giáo dục đại học thống nhất toàn Châu Âu, công nhận bằng tốt nghiệp và bảng điểm của sinh viên tốt nghiệp đại học giữa các nước thành viên. 7. Trước đó quy định là 50% 1. Lấy lĩnh vực dầu khí làm ví dụ, mặc dù Mỹ là nước nhập khẩu dầu lớn nhất trên thế giới và Nga

chiếm vị trí thứ hai trong các nước xuất khẩu dầu nhưng lượng dầu nhập khẩu của Mỹ từ Nga chỉ chiếm 2% - 3% tổng lượng dầu nhập khẩu của Mỹ. 2. Hứa Chí Tân: "Chiến lược đối ngoại của Nga xuất hiện những biến đổi mới" trích trong "Văn kiện Nga - Đông Âu - Trung Á năm 2007", ấn bản thường niên năm 2008 của NXB Khoa học Xã hội Văn hiến. 3. Trong 3 năm từ 2004 -2006, chính quyền Bush đã tài trợ cho những hoạt động dân chủ tại Nga với số tiền cụ thể là: 6 triệu đô la; 6,295 triệu đô la và 7,859 triệu đô la. 4. Không gian chung bao gồm: kinh tế; tự do, an toàn và tư pháp; an ninh khu vực; khoa học, giáo dục văn hoá. 5. Cách gọi "Tân châu Âu' do cựu bộ trưởng Bộ Quốc phòng Mỹ Donald Rumsfeld đề xướng, ông coi các nước ủng hộ cuộc chiến tại Irắc của Mỹ thuộc khối "Tân châu Âu", các quốc gia phản đối cuộc chiến này thuộc khối 'Cựu châu Âu". 6. Ngày 20/5/2005, quan chức của Bộ ngoại giao, Bộ quốc phòng và giới học giả Nga đã tổ chức hội nghị bàn tròn "Hoàn thiện các vấn để của tổ chức hợp tác Thượng Hải ở viện nghiên cứu Viễn Đông và viện khoa học Nga, các đại biểu tham dự hội nghị đã thống nhất về mục đích và hậu quả "Cách mạng sắc tộc do Mỹ ủng hộ". 7. Hội nghị phi chính thức tại Vladivostok là hội nghị ngoại trưởng ba bên không chính thức lần thứ 4 được tổ chức. Điểm khác biệt so với 3 kỳ hội nghị trước đó là không tận dụng thời gian của các hội nghị quốc tế như trước kia mà hội nghị lần này do 3 nước nhất trí cùng chuyển bị, điều này thể hiện quan hệ hợp tác chiến lược giữa 3 quốc gia đã bắt đầu bước vào một giai đoạn mới. Hai câu thơ trong tác phẩm Bạch tuyết ca tống Vũ phán quan quy kinh của tác giả Sầm Tham đời Đường. Hai câu trên lấy từ bản dịch của Hải Đà trên thivien.net. Hương tuyết, chỉ cây hoa mai. Trong Tam quốc diễn nghĩa có ghi: Thời Tam Quốc, đại tướng Hoàng Cái của Đông Ngô nhận lệnh đến doanh trại của Tào Tháo giả hàng, để Tào Tháo tin, Chu Du cố ý mượn cớ đánh Hoàng Cái một trận, Hoàng Cái giả vờ giận dữ rồi đầu hàng địch. Tên một bộ tiểu thuyết của Johann Wolfgang von Goethe, tên tiếng Anh là The Sorrows of Young Werther, tên gốc là Die Leiden des jungen Werther. Một câu nói lưu truyền trong dân gian Trung Quốc, ý nói một vài phương diện tính cách xuất hiện ở trẻ con ba, bốn tuổi sẽ mãi theo nó suốt

cả cuộc đời, nên nhìn một đứa trẻ ba tuổi cũng có thể đoán được con người nó khi đã trưởng thành. Một câu trong bài từ nổi tiếng của Giá Hiên cư sĩ (Tân Khí Tật) thời Nam Tống. Ý nghĩa của bài từ đó là: Thời thiếu niên, bởi vì không hiểu được dư vị của sầu khổ, viết ra được bài từ mới hay, thường xuyên đăng cao vọng viễn, không sầu khổ mà miễn cưỡng nói có sầu khổ. Nhưng giờ ta đã đến tuổi trung niên, mang nỗi khổ hoạn nạn khốn khó, cuộc sống trải qua gian nan. Những sầu khổ này, có cái không thể nói, có cái không tiện nói, mà nói cũng nói không hết, thôi thì chẳng nói nữa vậy, chỉ đành thở dài, nói trời lạnh rồi, mùa thu đẹp thay. Một ca sĩ nổi tiếng của Trung Quốc. Câu nói trong Khổng Tử ngữ lục, có nghĩa là thứ không hợp lễ thì không nhìn, điều không hợp lễ thì không nghe. Ý nói bệnh đến bất ngờ, đột ngột nhưng lúc bình phục thì từ từ mới khỏi. Trúc ngoại đào hoa tam lưỡng chi. Đây là câu thơ đầu trong bài Huệ Sùng xuân giang vãn cảnh của tác giả Tô Thức thời Bắc Tống. Thành ngữ, ý chỉ sự việc đã trải qua, rắc rối phức tạp nhưng cuối cùng đã có được kết quả. Câu này xuất xứ từ Quyết biệt thư của Trác Văn Quân gửi cho Tư Mã Tương Như. Viết tắt của cụm từ tiếng Anh: “Oh my God!”, nghĩa là: “Lạy Chúa tôi!” Trường trung học số một của Thanh Châu, tỉnh Sơn Đông. 傅: Chữ này có hai âm đọc là “phó” và “phụ”. SOHO: tức Small office home office, làm việc ở nhà, phần lớn là chỉ những người làm việc tự do. Kế vườn không nhà trống. Cờ đỏ trong nhà là chỉ vợ, cờ màu bên ngoài là chỉ tình nhân. Câu này ám chỉ quan hệ với vợ và tình nhân được xử lý hài hòa. Trường trung học xếp thứ 6. 2. Andrew William Mellon: bộ trưởng Bộ Tài chính Mỹ giai đoạn 1921 – 1932. 3. Franklin Delano Roosevelt: tổng thống thứ 32 của Hoa Kỳ, đắc cử bốn lần giai đoạn 1933-1945. 4. George M. Humphrey: Bộ trưởng Bộ tài chính Hoa Kỳ, nhiệm kỳ 1953 - 1957 5. Dwight David “Ike” Eisenhower: tổng thống thứ 34 của Hoa Kỳ, nhiệm kỳ 1953–1961. 6. Trái phiếu đô thị: trái phiếu do các chính quyền địa phương phát hành nhằm huy động vốn cho các công trình phúc lợi, thu nhập từ trái phiếu loại này được miễn thuế. 1. Uncle Sam (US): Tên lóng của Hợp chúng quốc Hoa Kỳ. 2. Nguyên văn: “E Pluribus Unum” – Khẩu hiệu của Hợp chúng quốc Hoa Kỳ, được in trên

đồng đôla từ 1776-1956. 1. Adelphia Communications Corporation: được xếp hạng là công ty cáp lớn thứ 5 của Mỹ trước khi bị phá sản năm 2002 do tham nhũng nội bộ. 2. Nội chiến Mỹ: nổ ra ngày 12/4/1861 và kết thúc ngày 9/4/1865 giữa Liên bang miền Bắc và Liên minh miền Nam, địa điểm: phía Nam nước Mỹ. Nguyên nhân: do quân miền Nam phá đồn Sumter. Kết quả: quân miền Bắc chiến thắng, kết thúc chính sách nô lệ và xây dựng lại nước Mỹ. 3. Rhett Buttler: Tên nhân vật nam chính nổi tiếng trong cuốn tiểu thuyết kinh điển Cuốn theo chiều gió, Rhett Buttler là kẻ giàu lên nhanh chóng nhờ vào những mánh khóe gian thương, đầu cơ tích trữ. 4. Sigmund Freud (tên đầy đủ là Sigmund Schlomo Freud; 1856-1939) nguyên là một bác sĩ về thần kinh và tâm lý người Áo. Ông được công nhận là người đặt nền móng và phát triển lĩnh vực nghiên cứu về phân tâm học. Chính ông là người phát hiện ra công dụng tuyệt vời của cocain trong chữa bệnh. 5. Caramel là đường nấu chảy (không nên nhầm với loại kẹo màu nâu có cùng tên) được sử dụng rộng rãi làm chất tạo màu trong các loại thuốc. Ngoài ra, nó còn có tác dụng giấu những yếu tố có thể bị lẫn vào hợp chất trong khi pha chế. 20. Ngày 22/11/1963, trong một chuyến công du tới Dallas, Tổng thống Kennedy bị ám sát. 6. Dope: là một tên khác chỉ cần sa. 7. Ralph Nader: Là luật sư và nhà hoạt động chính trị người Mỹ. Ông là người ủng hộ rất nhiệt thành các vấn đề về bảo vệ người tiêu dùng và nữ quyền. 8. John Davison Rockefeller Cha (1839 – 1937) là một nhà công nghiệp người Mỹ, người đóng vai trò quan trọng trong ngành công nghiệp dầu mỏ thời sơ khai, người sáng lập tập đoàn Standard Oil. 9. Sử dụng một mục báo trên tờ Good Housekeeping làm diễn đàn, Wiley tiếp tục tấn công công ty. Tháng 5/1922, trong mục “Trò chuyện cùng Dr. Wiley,” ông khẳng định là uống ba đến bốn lon Coca-Cola một ngày liên tục trong vài năm sẽ có tác động “rất xấu” tới sức khoẻ. “Đối với một đứa trẻ đang lớn”, ông nói thêm, “nó sẽ có thể hủy hoại sức khoẻ cả đời.” 10. Lời phát biểu công khai duy nhất của Candler trong bài phỏng vấn trên tờ Kansas City Times hơn một năm sau đó đã góp phần tạo nên sự mập mờ của vụ giao dịch này. “Tôi có năm người con tuyệt vời, nhưng chúng chỉ là những đứa trẻ. Khi tôi giao cho chúng công

việc kinh doanh, nó là của chúng. Chúng đã bán một phần rất lớn cổ phần với mức giá quá hời. Nếu là tôi, tôi sẽ không làm như vậy nhưng các con tôi đã làm và đứng trên quan điểm của người bán, đây là một vụ mua bán có lợi." Thực ra, Candler hẳn không phản đối việc bán công ty bởi vì đây là dự định từ lâu của ông. Giá cả cũng không phải vấn đề vì ông đã đặt ra mức giá này trong các cuộc thương lượng trước đây. Nguyên nhân dẫn đến sự thất vọng của Candler chỉ có thể là danh tính người mua. 11. Một lần, Robert sai tài xế của mình, Lawrence Calhoun, đến sân ga đón và chở đồ đạc của cha ông về. Sau khi về nhà, Ernest bỏ hành lý ra và lục tìm trong túi và nói: "Rõ ràng là ta đã để 25 xu đâu đó mà!" Lúc đó, Calhoun vội vàng đáp lại: "Thưa ngài Woodruff, nếu quả thực ngài có 25 xu thì tôi dám chắc rằng ngài vẫn đang giữ đấy!" Vào thời đó, không một người hầu da đen nào dám cả gan nói xấc xược như vậy với một người có địa vị cao như Ernest Woodruff. Lời kể lại của Robert sau này chính là những điều Calhoun thực sự muốn nói. Và câu chuyện này bị lộ ra là do Robert kể lại – thường là để nhấn mạnh cha mình là một người keo kiệt. 12. Một năm sau vụ kiện rùm beng từng lên trang nhất các tờ báo ở Atlanta suốt một tuần này, một thẩm phán tìm ra bằng chứng có lợi cho Asa Candler. Người ta phát hiện ra rằng bà de Bouchel chưa chính thức ly hôn với người chồng trước, và như vậy bà này không được phép kết hôn với bất kỳ người nào khác. 13. Tháng 1/1929, tình cảnh của Woodruff trở nên dễ chịu hơn khi hội đồng quản trị đồng ý chia 1 triệu số cổ phiếu loại A cho các cổ đông, mỗi cổ phiếu trị giá 50 đô-la. Các cổ đông có thể bán hoặc giữ lại tùy thích. Điều này đã ngăn được việc đánh thuế vào nguồn lợi nhuận thu được. Nó đem lại nguồn lợi tức hàng năm là 3 đô-la hay 6 %. 14. Dấu hiệu thành công là Pepsi cũng bị làm giả. J. C. Mayfield, đối tác cũ của Dược sỹ Pemberton và là người đã gây nguy hại cho Coca-Cola với sản phẩm Koke, cũng tạo ra sản phẩm có tên Pepsi-Nola. 15. Đó là nguồn gốc của câu nói "Không Coke! Pepsi" mà sau này trở thành chủ đề trong một vở kịch châm biếm được trình diễn liên tục trên chương trình truyền hình Saturday Night Live trong đó John Belushi đóng vai nhân viên thu ngân của một quán ăn rẻ tiền luôn

mồm dùng cụm từ đó quát tháo khách hàng với giọng lè nhè. 16. Nhiều năm sau khi Woodruff bắt đầu dùng tài sản của mình làm từ thiện và trở thành nhà từ thiện vĩ đại nhất Atlanta, người môi giới chứng khoán của ông vô cùng kinh ngạc trước tình trạng của cổ phiếu: “Những mảnh giấy cũ bụi bặm, bẩn thỉu và quăn queo.” Chúng không bị xáo trộn gần nửa thế kỷ nay. 17. Do hoa màu đang nằm trong tay kẻ thù nên công ty phải tạm thời sử dụng nguyên liệu thay thế dầu cây cassia. Theo những tài liệu mật của Ralph Hayes, dầu cây cassia đóng vai trò quan trọng trong thành phần Merchandise 7X tuyệt mật. Sau khi chiến tranh kết thúc, nguồn cung cấp cho loại dầu này ổn định trở lại và nó được sử dụng tiếp cho sản phẩm Merchandise No.12. 18. Biệt danh này được đặt theo tên của Simon Legree, tay buôn nô lệ độc ác trong tác phẩm Túp lều bác Tom của Harriet Beecher Stowe. 19. Quyết định gỡ bỏ quy định chỉ có người da trắng mới được phép tham gia Đảng Dân Chủ. 1. Đây có thể là một bằng chứng cho thấy sự ngây thơ của Ladas: ông đã quên không hủy các lá thư, bản ghi nhớ và các bức điện tín mật trong đó cho thấy một cách chi tiết các thủ đoạn mang tính nhạy cảm cao mà công ty đã sử dụng trong vụ việc tại Pháp. Các tài liệu của Ladas về sau đã được phát hiện trong các hồ sơ lưu trữ tại Phòng Xuất Khẩu của Coca-Cola vào cuối những năm 1980 và sau đó đã được nộp lại cho nhà chức trách. Trong thần thoại Hy Lạp, Paris là con trai vua Priam của thành Troy. Paris lén lút quan hệ với hoàng hậu của thành Sparta là Helen và chính điều này là nguyên nhân trực tiếp dẫn đến cuộc Chiến tranh thành Troy. (Tất cả các chú thích trong sách đều là của người dịch.) Zeus (được phiên âm trong một số sách tiếng Việt là thần Dớt) là thần trị vì các vị thần, đồng thời là thần cai quản bầu trời và thần sấm sét trong thần thoại Hy Lạp. Hera là vợ của thần tối cao Zeus, đồng thời là nữ thần bảo trợ phụ nữ và hôn nhân. Athena là nữ thần của nghề thủ công mỹ nghệ, trí tuệ đồng thời cũng là vị thần chiến tranh chính nghĩa. Athena là thần bảo hộ của thủ đô Athens, Hy Lạp. Aphrodite là nữ thần tình yêu, sắc đẹp và sự sinh nở (cũng có thể là nữ thần của dục vọng) và cũng là thần hộ mệnh của thủy thủ. American Idol là một cuộc thi âm nhạc và chương trình truyền hình thực tế của nước Mỹ. Cuộc thi

bắt đầu được tổ chức từ ngày 11 tháng 6 năm 2002 và là một trong những chương trình truyền hình thu hút đông khán giả nhất nước Mỹ. American Idol được mua bản quyền từ chương trình Pop Idol của Anh do nhà sản xuất Simon Fuller sáng lập. Simon Phillip Cowell (sinh ngày 7/10/1959) là một doanh nhân và nhà sản xuất chương trình truyền hình nổi tiếng người Anh. Ông nổi tiếng trên truyền hình với vai trò là giám khảo của nhiều cuộc thi âm nhạc lớn như Pop Idol, American Idol, The X Factor hay Britain’s Got Talent. Ông cũng nổi tiếng với những lời nhận xét khá khắc nghiệt đối với thí sinh trong các cuộc thi âm nhạc. Biểu đồ ngày sinh (birth chart hay còn gọi là natal chart) là biểu đồ diễn tả vị trí của các hành tinh và các cung dựa trên ngày tháng năm sinh của bạn. Các bạn có thể dựa vào biểu đồ ngày sinh để xem tính cách một người ra sao, tương lai người đó thế nào hay cả việc xem hai người có hợp nhau không, có kết quả gì khi đến với nhau không. Carl Gustav Jung (1875 - 1961) là bác sĩ tâm thần, nhà tâm lý học người Thụy Sĩ. Ông nổi tiếng nhờ việc thành lập nên một trường phái tâm lý học mới có tên là “Tâm lý học Phân tích” (analytical psychology) nhằm phân biệt với trường phái “Phân tâm học” (psychanalysis) của Sigmund Freud. Ngày nay có rất nhiều nhà tâm lý trị liệu chữa trị bệnh nhân theo phương pháp của ông. ‘Buffy – Khắc tinh Ma cà rồng’ (Buffy the Vampire Slayer) là sê-ri phim truyền hình của Mỹ lên sóng từ 10/3/1997 đến 20/5/2003. Câu chuyện kể về người được lựa chọn trong các thế hệ Khắc tinh Ma cà rồng – Buffy. Cô gái trẻ với định mệnh trở thành kẻ tiêu diệt Ma cà rồng. Cùng những người bạn ở Sunnydale, Buffy đương đầu với thế lực đen tối. Jason là một anh hùng trong thần thoại Hy Lạp, nổi tiếng là nhà lãnh đạo của các anh hùng trên con thuyền Argo với sứ mệnh giành lấy Bộ lông cừu vàng. Bằng kì tích đoạt lại Bộ lông cừu vàng – một nhiệm vụ vô cùng khó khăn, chàng chứng minh rằng mình có đủ khả năng để ngồi trên ngai vàng, chứ không cần dựa vào quyền thừa kế. Trong thần thoại Hy Lạp, Minos là vua xứ Crete, con của thần Zeus và Europa, công chúa xứ Tyre. Sau khi mất, Minos trở thành người phán xét ở địa ngục. Nền văn minh Minos thời tiền Hy Lạp của đảo Crete được đặt theo tên ông. Poseidon là vị thần của biển cả, ngựa

và “người rung chuyển Trái đất”, của những trận động đất. Minotaur hay nhân ngưu là con quái vật nửa người nửa bò trong thần thoại Hy Lạp. Audrey Hepburn (1929 – 1993) là diễn viên điện ảnh huyền thoại trong hai thập niên 1950, 1960. Qua các cuộc bầu chọn, bà thường được xem là một trong những phụ nữ đẹp nhất thế kỷ XX. Audrey Hepburn cũng là biểu tượng của thời trang và còn được biết tới với vai trò nhà hoạt động nhân đạo, Đại sứ thiện chí của UNICEF. Cher tên thật là Cherilyn Sarkisian, sinh ngày 20 tháng 5 năm 1946 tại California, Mỹ, là một diễn viên, ca sĩ, nhạc sĩ và nhà hoạt động giải trí. Theo thần thoại Hy Lạp, Castor và Pollux là hai anh em sinh đôi cùng mẹ (Leda) nhưng khác cha. Castor là con của Tyndareus, vua thành Sparta còn Pollux là con của thần Zeus. Đó là hai chàng trai trung hậu, rất dũng cảm và cùng nhau nổi danh khi lập được nhiều chiến công hiển hách trong hành trình đi tìm Bộ lông cừu vàng của nhóm thủy thủ tàu Argo và trong biết bao cuộc phiêu lưu khác. Lúc nào hai anh em cũng luôn luôn tìm cách giúp đỡ lẫn nhau. Địa ngục trong thần thoại Hy Lạp, được đặt theo tên của vị thần cai quản nó – thần Hades. Khalil Gibran (1883-1931), còn được biết đến với tên Kahlil Gibran, là nhà thơ, nhà văn, nghệ sĩ người Liban. Trong thần thoại Hy Lạp, Achilles là nhân vật trung tâm và là chiến binh vĩ đại nhất của sử thi Iliad. Những tích truyện về sau mô tả Achilles có một cơ thể không thể bị thương ngoại trừ gót chân của anh ta. Anh ta đã chết vì một vết thương nhỏ ở nơi gót chân. Thetis là nữ thần biển cả vô cùng xinh đẹp. Đáng lẽ thần Zeus đã cưới Thetis làm vợ, nhưng có lời tiên tri rằng nếu Zeus lấy Thetis thì đứa con sinh ra từ cuộc hôn nhân này sẽ giành quyền cai trị thế gian, nên Zeus ban Thetis cho anh hùng Peleus (cháu mình). Peleus là cháu thần Zeus và là cha đẻ của dũng tướng Achilles. Nguyên gốc Tiếng Anh – oxymoron – phép nghịch hợp là một thuật ngữ trong ngôn ngữ học, ý chỉ hai từ đi cùng nhau mà trái nghĩa nhau (ví dụ: “pretty” và “ugly”). Tên tiếng Anh là Venus, cũng có nghĩa là thần Vệ Nữ (nữ thần Sắc đẹp và Ái tình) trong thần thoại La Mã, mẹ của Aeneas và Cupid, tương ứng với nữ thần Aphrodite trong thần thoại Hy Lạp. Tâm lý học nghịch đảo (reverse psychology): Khi bạn muốn đối phương làm việc gì đó bằng cách

yêu cầu họ làm điều ngược lại. Trong thần thoại Hy Lạp, Medusa là một con quỷ trong ba chị em quỷ có tên chung là Gorgon gồm Stheno, Euryale và Medusa. Trước kia Medusa đã từng là một người phụ nữ xinh đẹp, có mái tóc bồng bềnh, cực kì quyến rũ. Vì thế, Medusa tự mãn cho rằng mình còn đẹp hơn nữ thần Athena. Sắc đẹp của Medusa đã thu hút Poseidon. Khi Poseidon theo đuổi, Medusa chạy đến đền thờ Athena và nghĩ rằng nữ thần sẽ bảo vệ cô, nhưng chẳng có gì xảy ra cả. Poseidon đã hãm hiếp Medusa trong đền thờ của nữ thần (các phiên bản khác cho là Medusa tự nguyện). Và để chắc chắn chuyện tương tự không tái diễn, Athena biến Medusa thành nữ quỷ với cái nhìn có thể biến tất cả các sinh vật sống thành đá, đồng thời biến mái tóc tuyệt đẹp của Medusa thành rắn. Perseus là người anh hùng đầu tiên trong thần thoại Hy Lạp đã đánh bại những con quái vật cổ xưa được tạo ra bởi các vị thần trên đỉnh Olympus. Perseus đã giết Medusa Gorgon (Quái vật tóc rắn) và giải cứu Andromeda (công chúa Hy Lạp thời đó) khỏi con quái vật biển được thần Poseidon phái đến để trừng phạt nữ hoàng Cassiopeia vì bà dám tự nhận mình là người phụ nữ xinh đẹp nhất thế gian, còn đẹp hơn cả những nàng công chúa của biển. Trong thần thoại La Mã, vị anh hùng này được gọi là Hercules (tương ứng trong thần thoại Hy Lạp là Heracles), tên chàng được đặt cho chòm sao Hercules. Những chiến công của Hercules vang dội khắp bốn phương, tượng trưng cho sức mạnh chinh phục thiên nhiên của con người thời xưa. Chiron là một nhân mã xuất sắc nhất trong loài của mình, ông đã đào tạo nhiều anh hùng trong thần thoại Hy Lạp, ông không những hiểu biết nhiều lĩnh vực mà còn có kỹ năng chiến đấu tuyệt vời, đặc biệt là khả năng sử dụng cung tên. Vì lẽ đó người ta thường thấy chòm sao Nhân Mã đang giương cung lên ngắm bắn nên còn gọi là chòm sao Xạ Thủ. Prometheus là vị thần khổng lồ, nổi tiếng với trí thông minh, là người đã ăn cắp ngọn lửa từ thần Zeus và trao nó cho nhân loại. Zeus đã trừng phạt ông bằng cách buộc ông vào một tảng đá để một con đại bàng ăn gan của ông hàng ngày, nhưng lá gan cứ ban ngày bị ăn thì ban đêm lại tái sinh (điều này khá đúng với thực tế: Gan là nội tạng duy nhất trong cơ thể người có khả năng tái sinh). Kronos (còn gọi là Cronos) là con út

của thần Uranus (bầu trời) và nữ thần Gaia (đất mẹ) và là một trong 12 Titan (thần khổng lồ). Rhea – con gái của thần Uranus và nữ thần Gaia – là nữ thần của sự sinh sản, màu mỡ. Ngoài Gaia, Rhea cũng thường được coi như “mẹ của các vị thần” trên đỉnh Olympus. Cùng với Cronus, người chồng và đồng thời cũng là người em ruột, Rhea đã sinh ra: Hestia, Demeter, Hera, Hades, Poseidon và Zeus. Russell Ira Crowe (sinh ngày 07 tháng 4 năm 1964) là diễn viên, nhà sản xuất phim và nhạc sĩ người New Zealand. Ông nhận được sự chú ý của quốc tế đối với vai diễn Đại tướng La Mã Maximus Decimus Meridius trong phim sử thi cổ trang năm 2000 ‘Võ sĩ giác đấu’ của đạo diễn Ridley Scott. ‘Võ sĩ giác đấu’ (Gladiator) là một bộ phim sử thi cổ trang của Mỹ phát hành năm 2000 của đạo diễn Ridley Scott, với sự tham gia của Russell Crowe vào vai nhân vật hư cấu và trung thành: Đại tướng La Mã Maximus Decimus Meridius, người bị phản bội khi Commodus, người con trai đầy tham vọng của hoàng đế, giết cha mình để chiếm lấy ngai vàng và biến Maximus thành nô lệ. Để thoát khỏi thân phận nô lệ, Maximus tăng cấp bậc đấu trong đấu trường và giết Commodus, trả thù cho cái chết của gia đình và hoàng đế của mình. Lucy Law Les (sinh ngày 29 tháng 3 năm 1968) là diễn viên người New Zealand được biết đến nhiều nhất qua vai diễn Xena trong bộ phim hài kịch tình huống nổi tiếng ‘Xena: Nữ chúa chiến binh’. ‘Xena: Nữ chúa chiến binh’ (Xena: Warrior princess) là bộ phim truyền hình thuộc thể loại siêu nhiên, kỳ ảo kết hợp phiêu lưu mạo hiểm do Mỹ và New Zealand hợp tác sản xuất. Nguyên văn: ADHD – Attention-deficit hyperactivity disorder – Rối loạn tăng động giảm chú ý. Nguyên văn: make-up sex, ám chỉ việc thực hiện “chuyện yêu” bằng cách khác lạ với đối tác. Điều này rất hữu ích khi bạn muốn tạo ra một ấn tượng lâu dài cho vợ/chồng mình, để người ấy cảm thấy không thể thiếu bạn khi muốn có những màn yêu mặn nồng và ý nghĩa. Sao Diêm vương (Pluto) là chòm sao chủ quản của Thiên Yết. Rosie O’Donnell (21/3/1962) là nữ diễn viên hài kịch người Mỹ. Donald John Trump (14/6/1946) là nhà kinh doanh bất động sản, tác giả người Mỹ. Ngoài tư cách doanh nhân, Donald Trump cũng là một nhân vật truyền thông có tiếng, ông hiện đang là người dẫn

chương trình kiêm nhà sản xuất của show truyền hình thực tế ‘The Apprentice’ trên đài Star World. Tên một hãng chăn ga gối đệm cao cấp. ‘Người đẹp và Quái thú’ (Beauty and the Beast) là một câu chuyện cổ tích trong nhiều nền văn hóa châu Âu được dựng thành nhiều bộ phim và vở kịch, trong số đó có bộ phim hoạt hình của hãng phim Walt Disney Picture vào năm 1991. Tên một hãng nội thất nổi tiếng ở Mỹ. Thành phố Venice (Ý) được biết đến là thành phố trên sông nổi tiếng thế giới với những con kênh và những chiếc thuyền truyền thống gondola. Với cấu trúc không cân xứng, một bên cong ra nhiều hơn bên kia, chiếc gondola có chiều dài trung bình khoảng 11 mét và chiều ngang khoảng 1,5 mét, được cấu tạo gồm 280 mảnh gỗ rời khép kín vào nhau, thường là bằng gỗ pak, trừ bộ phận tựa mái chèo bằng gỗ walnit rất cứng rắn, và chiếc mái chèo nhẹ nhàng bằng gỗ beech cho dễ sử dụng. Bệnh Alzheimer là một dạng sa sút trí tuệ phổ biến nhất hiện nay. Người mắc bệnh này sẽ mất khả năng về trí lực và giao tiếp xã hội ở mức độ gây khó khăn cho cuộc sống hàng ngày. ‘Hài kịch tình huống’ hay sitcom (viết tắt của từ tiếng Anh: situation comedy) là một thể loại hài kịch, lúc đầu được sản xuất cho radio nhưng hiện nay được trình chiếu chủ yếu trên ti vi. Sitcom có nhiều tập với những tình huống hài hước được lồng ghép vào nội dung câu chuyện phim và được thực hiện hầu hết trong trường quay, thu thanh đồng bộ, sử dụng cùng lúc ba đến bốn máy quay phim ghi hình và bắt buộc phải dựng hình ngay tại trường quay để bảo đảm thời gian thực hiện một tập phim (khoảng 50 phút) chỉ trong thời gian từ ba đến bốn ngày. Phần mảnh dẻ, mềm mại kéo ra từ thân một số động vật dùng để sờ mó, nắm giữ hoặc di chuyển. Ví dụ như sên, bạch tuộc. Hermes là một trong các vị thần trên đỉnh Olympus của thần thoại Hy Lạp, thần đã tạo ra đàn lia (lyre). Hermes là con của Zeus và Maia. Hermes là thần bảo hộ cho kẻ trộm, người du lịch, các sứ thần, mục đồng và chăn nuôi, người thuyết trình, thương nghiệp, khoa học kỹ thuật, văn chương và thơ ca, các đơn vị đo lường, điền kinh, thể thao, sự khôn ngoan, lanh trí và các phát minh, sáng chế, ngôn ngữ. Ngoài ra, Hermes còn là vị thần đưa, truyền tin của đỉnh Olympus và là người dẫn đường cho các linh hồn đến cửa địa ngục. Hermes còn

được biết như vị thần hộ mạng của cung Song Tử. Còn gọi là cá răng dao hay cá cọp, là một loại cá ăn thịt nguy hiểm. Mẹ Teresa còn được gọi là Mẹ Teresa Calcutta (1910-1997) là nữ tu Công giáo Rôma người Albania và là nhà sáng lập Dòng Thừa sai Bác Ái ở Calcutta, Ấn Độ năm 1950. Trong hơn 40 năm, bà chăm sóc người nghèo, bệnh tật, trẻ mồ côi trong khi hoàn tất nhiệm vụ lãnh đạo dòng tu phát triển khắp Ấn Độ, và đến các quốc gia khác. Bà được trao Giải Nobel Hòa bình năm 1979. Bài hát nổi tiếng của nữ ca sỹ Olivia Newton-John viết về chuyện ân ái. Olivia Newton-John (26/9/1948 –) sinh ra tại Cambridge (Anh) nhưng lại lớn lên ở Melbourne (Úc). Cô được coi là một trong những giọng ca country-pop và soft rock thành công nhất của thập niên 70 thuộc loại. William Tell là tên một anh hùng dân gian của Thụy Sĩ. Vua Arthur là một thủ lĩnh huyền thoại tại Anh, theo lịch sử thời Trung Cổ thì Ngài là người bảo vệ nước Anh chống lại sự xâm lăng của người Saxon vào đầu thế kỷ thứ VI. Chi tiết câu chuyện về vua Arthur phần lớn được tổng hợp từ văn học dân gian và việc ông có thực sự tồn tại trong lịch sử hay không vẫn là một vấn đề gây tranh cãi giữa các sử gia hiện đại. Victoria (Victorian style) là một trường phái kiến trúc thịnh hành ở Anh và các nước thuộc địa trong thời kỳ trị vì của nữ hoàng Victoria (1837 – 1901) và còn kéo dài đến sau này, ngay cả khi Chủ nghĩa Hiện đại đã lên ngôi. Có thể coi đây là kết quả của sự hôn phối giữa hình thái Gothic cổ điển ở châu Âu với nền Cách mạng Công nghiệp đang trong thời kỳ cực thịnh, trường phái này bắt đầu chịu nhiều ảnh hưởng của máy móc và xây dựng công nghiệp với hình khối đồ sộ, nhưng đường nét trang trí lại khá tinh vi và nhiều màu sắc rực rỡ. Andy Warhol (6/8/1928 – 22/2/1987) là một họa sĩ người Mỹ gốc Rusyn nổi tiếng về nghệ thuật đại chúng (Pop Art). Claude Monet (14/11/1840 – 5/12/1926) là họa sĩ nổi tiếng người Pháp, một trong những người sáng lập ra trường phái ấn tượng. Leonardo di ser Piero da Vinci (1452 – 1519) là một họa sĩ, nhà điêu khắc, kiến trúc sư, nhạc sĩ, bác sĩ, kỹ sư, nhà giải phẫu, nhà sáng tạo và triết học tự nhiên người Ý. Người Etruria (Estrucan) đã tạo dựng một nền văn minh có ảnh hưởng lớn ở miền Bắc nước Ý thời cổ đại. Nghệ thuật Estrucan là nghệ thuật hữu

hình, gắn bó mật thiết với tôn giáo, chẳng hạn như cuộc sống sau khi chết. Tiêu biểu cho nghệ thuật này là những điêu khắc gốm, tranh trên bình gốm, tranh tường, tượng đồng đúc và chạm khắc đồng. ‘Điên cuồng’ (Mad) là tên một tạp chí hài hước của Mỹ được sáng lập bởi biên tập viên Harvey Kurtzman và chủ báo William Gaines vào năm 1952. ‘Tôi yêu Lucy’ (I love Lucy) là tên một chương trình sitcom truyền hình của Mỹ được trình chiếu những năm 1950 với sự tham gia diễn xuất của Lucille Ball, Desi Arnaz, Vivian Vance và William Frawley. ‘Ánh trăng’ là bộ phim hài lãng mạn của Mỹ, được ra mắt vào năm 1987 của đạo diễn Norman Jewison. Nicolas Cage (1964 –) là một nam diễn viên, nhà sản xuất và đạo diễn người Mỹ. Adolf Hitler (1889-1945) là “Lãnh tụ và Thủ tướng đế quốc” (kiêm nguyên thủ quốc gia nắm quyền Đế quốc Đức, kể từ năm 1934. Ông thiết lập chế độ độc quyền quốc gia xã hội của Đệ tam Đế quốc. Ông đã gây ra Đệ nhị thế chiến, thúc đẩy một cách có hệ thống quá trình tước đoạt quyền lợi và sát hại khoảng sáu triệu người Do Thái châu Âu cùng một số nhóm chủng tộc, tôn giáo, chính trị khác, được gọi là cuộc Đại đồ sát dân Do Thái (Holocaust). 1. Đơn vị đo lường tương đương 4,54 lít ở Anh, 3,78 lít ở Mỹ. 1. Một lãnh tụ tôn giáo người Do Thái trong Kinh Thánh. 2. 1 dặm = 1,6 km 1. William Howard Taft: Tổng thống Mỹ thứ 27. 1. Thomas Woodrow Wilson: Tổng thống Mỹ thứ 28. 1. Thomas Edward Lawrence (1888 - 1935): Sĩ quan quân đội Anh, nổi tiếng từ sau Chiến tranh thế giới thứ nhất đóng vai trò nổi bật trong cuộc nổi dậy của Arập năm 1916-1918. Ông là tác giả của cuốn tự truyện Seven Pillars of Wisdom (Bảy trụ cột của sự khôn ngoan). 1. Tham khảo câu chuyện về kỳ bầu cử Harding trong cuốn Trong chớp mắt (Blink) của Gladwell, do Alpha Books xuất bản. 2. 1 feet = 0.3 m 1. Herbert Clark Hoover (10/8/1874 – 20/10/1964), tổng thống thứ 31 của Hoa Kỳ (1929-1933). (1) Chữ Geshe có thể tạm dịch là Hòa thượng, một chức vị rất được tôn kính; còn Rinpoche có nghĩa là Sư trưởng, người đứng đầu một tu viện. (2) Một thành phố ở Sikkim, bang Tây Bengal, Ấn Độ, thuộc khu vực địa lý tự nhiên phía Đông dãy Himalaya. Thành phố này nằm trong vùng biên giới giữa Ấn Độ với các nước Nepal, miền Nam Tây

Tạng, Bhutan và Bangladesh. (3) Tức prayer wheels, dạng hình con suốt hay con quay, có thể được làm từ kim loại, gỗ,… (4) Căn cứ theo ngày tháng năm sinh và các mốc công trình nghiên cứu, chúng tôi cho rằng học giả này chính là bá tước Alexander Staël von Holstein (1877–1937) người Estonia. (5) Ngôn ngữ thiêng của Phật giáo Nguyên Thủy (6) Chính là thành phố có tu viện Yi Gah Cholin này. (7) Lưu ý là hành trình này của tác giả diễn ra vào giai đoạn đầu thế kỷ 20 nên xin tránh lầm lẫn giai đoạn lịch sử này của Tây Tạng với những giai đoạn khác. (8) Nguyên văn tiếng Anh: "Alone I wander a thousand miles… And I ask my way from the white clouds". Do đây là câu nói của vị Phật Di Lặc tương lai theo quan niệm Tiểu Thừa nên độc giả cần tránh sự đồng nhất với vị Phật Di Lặc quen thuộc trong văn hóa Phật giáo Việt Nam. (9) Mahapandit Rahul Sankrityayan (1893–1963) là học giả Ấn Độ. Được xem là cha đẻ của chủ nghĩa văn học xê dịch Ấn Độ. Ông đã đến rất nhiều vùng lãnh thổ trong khu vực Nam Á và quanh rặng Himalaya. (10) Karakoram hay Karakorum, là rặng núi lớn trải qua Pakistan, Ấn Độ (Ladak) và Tân Cương. Trong bản tiếng Anh và ấn bản cũ của dịch giả Nguyên Phong đều dùng Karakorum. Song, trong quá trình tìm kiếm và xác nhận tư liệu, First News phát hiện thêm địa danh Karakorum – cố đô Mông Cổ vào thế kỷ 13. Vì thế, để tránh nhầm lẫn, chúng tôi dùng Karakoram. (11) Các chorten này có nguồn gốc từ các stupa của Ấn Độ, tức tháp chứa hài cốt các vị tăng sư. Các tháp này có thể có dạng một tháp lớn hay nhiều tháp nhỏ. Ở đây có lẽ tác giả đang nói tới các tháp nhỏ. (12) Danh hiệu chỉ những vị tu khổ hạnh đã đạt được phép thần thông. (13) Bảo tàng nổi tiếng ở Ấn Độ, nơi lưu trữ nhiều tác phẩm nghệ thuật độc đáo. (14) Một trong hai khu vực tranh chấp biên giới chính, ở giữa Ấn Độ và Trung Quốc ngày nay. Có lẽ khu vực này trước đây cũng từng thuộc tiểu quốc Guge xưa. (15) Sven Anders Hedin (1865–1952) là nhà thám hiểm người Thụy Điển. Ông đồng thời tự minh họa trong những tác phẩm kể lại những hành trình của mình. Ông đã có nhiều khám phá quan trọng về mặt địa chất và địa lý khu vực Trung Á. (16) Alexandra David–Néel (1868–1969) là một học giả và nhà thám hiểm người Pháp– Bỉ. Bà nổi tiếng với những hành trình

khám phá thế giới của mình, trong đó có chuyến đi đến Tây Tạng năm 1924, khi vùng đất này vẫn là vùng cấm với nhiều người nước ngoài. Cuốn “Huyền thuật và các đạo sĩ Tây Tạng” của bà cũng là một trong những cuốn sách được tác giả Nguyên Phong dịch sang tiếng Việt. (17) Đây là một ngọn núi thuộc rặng Transhimalaya – dài 1.600 km và chạy song song theo suốt chiều dài rặng Himalaya chính. Nó ở gần nơi bắt đầu của nhiều con sông lớn ở châu Á. (18) Ngày nay là vùng Sikkim của Ấn Độ, nằm ở mặt nam của Tây Tạng. Hành trình của tác giả cho đến lúc này đúng là theo dọc hệ thống rặng Tuyết Sơn. (19) Tức hư không không có biên giới, là một cấp độ trong khái niệm định của tu hành bậc cao, lấy yếu tố không trong sáu đại định là địa, thủy, hỏa, phong, không và thức làm đối tượng nghiên cứu và tu tập. (20) Học giả nổi tiếng người Anh, một trong những người châu Âu tiên phong tìm hiểu và truyền bá triết lý phương Đông vào phương Tây. Cuốn “Ngọc sáng trong hoa sen” (The Wheel of Life) của ông, do dịch giả Nguyên Phong phóng tác đã được First News cho ra mắt năm 2011. (21) Học giả nổi tiếng người Anh, một trong những người châu Âu tiên phong tìm hiểu và truyền bá triết lý phương Đông vào phương Tây. Cuốn “Ngọc sáng trong hoa sen” (The Wheel of Life) của ông, do dịch giả Nguyên Phong phóng tác đã được First News cho ra mắt năm 2011. (22) Ngày nay là công viên hươu nai quốc gia Ấn Độ. Tương truyền khi xưa, đức Phật đã truyền dạy Phật pháp cho vị Lạt Ma đầu tiên tại đây. (23) Bộ kinh được cho là nền tảng của Bà La Môn giáo, có ảnh hưởng đến nhiều tôn giáo trên thế giới, trong đó có Phật giáo. (24) Hiện tượng xác các Lạt Ma Tây Tạng tự bảo quản và không bị hư hại hiện vẫn là một trong những bí ẩn đối với giới khoa học. (25) Nyanatiloka Mahathera (1878–1957), ông là một trong những người châu Âu tiên phong đi theo tu đạo Phật giáo. (26) Shanti Devi (1926–1987). Câu chuyện kỳ lạ của bà còn thu hút cả sự chú ý của Mahatma Gandhi và chính ông cũng đã giúp điều tra lại sự việc. (27) Lãnh thổ của Vương quốc Thổ Phồn xưa giờ bị xé lẻ, phân tán trong lãnh thổ các nước Ấn Độ, Afghanistan, Pakistan, Bangladesh, Bhutan, Nepal. Trung Quốc, Myanmar,… Từ thế kỷ thứ 6 đến thế kỷ thứ 9, vương quốc này gần như thống lĩnh

toàn bộ con đường tơ lụa. Từng là nơi ở của các Đạt Lai Lạt Ma Tây Tạng, hiện tại là một viện bảo tàng lớn và là một trong những di sản văn hóa thế giới. (29) Còn được gọi là Ninh Mã, Mũ Đỏ hay Cựu Dịch. (30) Ông trở thành đế vương cuối cùng của vương triều Thổ Phồn. (31) Cả 3 ông đều là những nhân vật nổi tiếng Ấn Độ vào cuối thế kỷ 19, đầu thế kỷ 20. Nandalal Bose là họa sĩ; Rabindranath Tagore là nhà thơ, là người châu Á đầu tiên đoạt giải Nobel Văn học; còn Mahatma Gandhi là nhà cách mạng Ấn Độ, một trong những nhân vật kiệt xuất của thế giới thế kỷ 20. Vào thời kỳ này, tình hình chính trị Ấn Độ đang đứng trước bước ngoặt lịch sử và 3 nhân vật này có những ảnh hưởng đến phong trào đấu tranh giành độc lập ở Ấn Độ. (32) Cả 3 ông đều là những nhân vật nổi tiếng Ấn Độ vào cuối thế kỷ 19, đầu thế kỷ 20. Nandalal Bose là họa sĩ; Rabindranath Tagore là nhà thơ, là người châu Á đầu tiên đoạt giải Nobel Văn học; còn Mahatma Gandhi là nhà cách mạng Ấn Độ, một trong những nhân vật kiệt xuất của thế giới thế kỷ 20. Vào thời kỳ này, tình hình chính trị Ấn Độ đang đứng trước bước ngoặt lịch sử và 3 nhân vật này có những ảnh hưởng đến phong trào đấu tranh giành độc lập ở Ấn Độ. (33) Cả 3 ông đều là những nhân vật nổi tiếng Ấn Độ vào cuối thế kỷ 19, đầu thế kỷ 20. Nandalal Bose là họa sĩ; Rabindranath Tagore là nhà thơ, là người châu Á đầu tiên đoạt giải Nobel Văn học; còn Mahatma Gandhi là nhà cách mạng Ấn Độ, một trong những nhân vật kiệt xuất của thế giới thế kỷ 20. Vào thời kỳ này, tình hình chính trị Ấn Độ đang đứng trước bước ngoặt lịch sử và 3 nhân vật này có những ảnh hưởng đến phong trào đấu tranh giành độc lập ở Ấn Độ. (34) Reting Rinpoche là một tước vị trong hội đồng trưởng lão Tây Tạng, là người có nhiệm vụ tìm kiếm những Hóa Thân của các Đạt Lai Lạt Ma. (35) Đây cũng là một chức vị trong hội đồng trưởng lão Tây Tạng. (36) Đây là một trong những hồ nước ngọt ở cao nguyên Tây Tạng, rộng 410 km2 và nơi sâu nhất là 90m. Ở phía tây của hồ này là hồ nước ngọt Rakshastal và hai hồ được nối với nhau bởi kênh Ganga Chhu tự nhiên. (37) Đồng nhất với hình tượng la sát trong văn hóa Trung Quốc và Đông Nam Á. (38) Đây là một trong ba vị thần lớn nhất trong tín ngưỡng và tôn giáo Ấn Độ cùng các thần Brahma và

Vishnu. (39) Trong bản tiếng Anh là May they be happy (40) Ghi chú của tác giả: Những bức ảnh hiện được lưu trữ tại thư viện Dharamsala và Đông Kinh. Giáo sư Ono, một học giả nổi tiếng của Nhật đã khởi xướng những nghiên cứu những lời chú giải kinh điển bằng tranh ảnh này. (41) Tuy gọi là "hỏa xà" nhưng thực tế chỉ là danh xưng nhằm ví von đường chuyển động của luồng khí trong cơ thể tựa như hình thể con rắn, chứ không phải là dùng một con rắn thật để luyện. Ngoài ra, phương pháp dùng "hỏa xà" kundalini khác với phương pháp Tummo (lửa Tam Muội) đã đề cập ở những phần trước, dù rằng mục đích cuối cùng của cả hai là như nhau. (42) Tức Dhyyani Buddha, gồm Đại Phật Như Lai (Vairocana) ở chính giữa, A Di Đà Như Lai (Amitabha) ở phía tây, A Súc Bệ Như Lai (Aksobhya) ở phía đông, Bảo Sanh Như Lai (Ratnasambhava) ở phía nam và Bất Không Thành Tựu Như Lai (Amoghasiddhi) ở phía bắc. (43) Jawaharla Nehru (1889–1964): nhà lãnh đạo phong trào giành độc lập cho Ấn Độ từ các nước đế quốc. Ông trở thành thủ tướng đầu tiên của nước Cộng hòa Ấn Độ độc lập ngày nay. Tiếng Nga: Михаи́л Серге́евич Горбачёв, tiếng Anh thường viết là Gorbachev (BT). Cựu Tổng thống Nam Phi, nhiệm kỳ1989-1994, đoạt giải Nobel Hòa bình năm 1993 (BT). Các nhà kinh tế học cổ điển tin vào quyền lực của sức mạnh thị trường và bản chất tự điều chỉnh của nền kinh tế. Khi tốc độ tăng trưởng giảm, tiền lương và lãi suất ngân hàng hiển nhiên cũng giảm sút đến mức kích thích phải có đầu tư mới. Có đầu tư mới sẽ xuất hiện thêm công ăn việc làm, thu nhập tăng và kinh tế lại phát triển cho đến khi giá cả tăng khiến nền kinh tế lại lâm vào tình trạng suy thoái. Quan niệm về"người có quyền hành động tự do" là cả một câu chuyện dài. Một nhân vật phê bình sáng suốt là Jean Michelet, nhà sử học xuất chúng người Pháp về lịch sử Cách mạng Pháp. Người ủng hộ khác là Thomas Jefferson, người cổ vũ cho Cách mạng Pháp, do vậy là kẻ thù của chế độ quân chủ. Theo ông, áp đặt chủ nghĩa cộng hòa lên người Anh là hợp lý. Điều này có thể xảy ra sau khi quân đội Pháp xâm chiếm nước Anh, có điều gì ông đã tiếp thu. Francis Galton, anh em họ của Charles Darwin, người đã đưa ra khái niệm hồi quy về giá trị trung bình khi đang nghiên cứu các thế hệ của

dòng đậu ngọt Hà Lan (BT). Thời kỳ này Thủ tướng được gọi là Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng, có thể sử dụng cả hai cách gọi này (BT). Archie Brown: Giáo sưChính trị học thuộc trường Đại học Tổng hợp Oxford, viện sĩ đầu tiên của phương Tây nhận ra Gorbachev là một người cộng sản có đầu óc cải tổ. Trong các bài bình luận đầu tiên của mình về Gorbachev, ông coi đó là vị tổng bí thư tương lai ưa chuộng cải tổ. Trong cuốn The Gorbachev Factor(Nhân tố Gorbachev), (Oxford, Oxford University Press, 1996), một công trình nghiên cứu uyên bác nhất về Gorbachev và thời đại của ông, tác giả đã đặc biệt dành thiện cảm cho Gorbachev. Theo tài liệu Nga, Gorbachev là ủy viên dự khuyết Bộ Chính trị từ năm 1979, ủy viên Bộ Chính trị từ năm 1980 (BT). Là Chủ tịch Viện Hàn lâm Khoa học Nông nghiệp toàn Liên bang trong suốt thời kỳ Gorbachev cầm quyền (BT). Aleksandr Yakovlev đưa ra sự đánh giá không tâng bốc về kỷ nguyên Andropov. Rốt cuộc đó chỉ là “phủi bụi khi mức độ vượt quá tiêu chuẩn vệ sinh tối thiểu”. A. N. Yakovlev, Predislovie, Obval, Posleslovie (Moskva, Novosti, 1992), tr. 102. Người phụ tá của Andropov dính líu nhiều nhất là Arkady Volsky và ông ta đã đưa ra nhiều lời giải thích khác nhau về tình tiết. Angus Roxburgh, The Second Russian Revolution (London, BBC Books, 1991), tr. 17; Brown, The Gorbachev Factor, tr. 67-69 Tác giả đã tổ chức một hội nghị về Gorbachev và các nhà lãnh đạo Liên Xô tại trường Đại học London, có mời các đại biểu nước ngoài và Văn phòng Khối Thịnh vượng chung tham dự. Họ từ chối và sau đó giải thích rằng nếu báo chí viết là các viện sĩ và các nhà ngoại giao tỏ ra thiên vị với Gorbachev thì điều này có thể bị những kẻ trong Điện Kremlin lợi dụng để gièm pha chống lại ông ta. Một người hợp với phương Tây hẳn là không hợp với Điện Kremlin. Một dấu hiệu nghiêm trọng của vấn đề có thể được phát hiện từ thực tế là năm 1979 và 1980, sau khi các thanh tra thanh sát 20 nghìn loại máy móc và các dụng cụ chế tạo máy móc tại Liên bang Xô viết, khoảng 1/3 số máy móc đó đã không còn được sản xuất và về cơ bản được hiện đại hóa. Gorbachev tuyên bố trong một bài diễn văn trước phiên họp Ban Chấp hành Trung ương Đảng về khoa học và văn hóa ngày 6/1/1988. Bài này được đăng trên tờ

Literaturnaya gazeta ngày 11/1/1988. Gorbachev tự vệ trước sự chỉ trích cuộc cải cách mà ông chủ trương không được phiên họp Ban Chấp hành Trung ương tháng 4/1985 thông qua suôn sẻ. Mối quan hệ giữa Gorbachev và Shevardnadze rất hòa hợp và sự gần gũi giữa hai cá nhân này dường như ngày càng phát triển. Lần đầu họ gặp nhau tại Hội nghị Đoàn Thanh niên Kosomol vào cuối năm 1950 và nhanh chóng trở nên thân thiết. Từ Georgia đến Stavropol chỉ một quãng đường ngắn và hai người này liên tục gặp gỡ trao đổi, thảo luận chính trị. Nhà nghỉ của Bộ Chính trị của Gorbachev ở vùng Pitsunda, một địa điểm khá đẹp và thơ mộng trên bờ Biển Đen thuộc Georgia, hai người luôn gặp gỡ trao đổi tại đây. Shevardnadze sau này trở thành Chủ tịch Đảng ủy của Georgia. Cả hai đều phản đối việc đưa quân vào Afghanistan. Khi giữ cương vị Bí thư phụ trách nông nghiệp trong Ban Chấp hành Trung ương, ông đã bảo vệ các cuộc thí nghiệm của Shevardnadze trong các khu vực nông nghiệp thuộc Georgia. Cả Gorbachev và Shevardnadze đều sử dụng tài liệu từ hàng loạt các bài báo theo chỉ dẫn của Andropov, đồng thời tin rằng muốn xây dựng và duy trì chủ nghĩa cộng sản thì cần phải cải cách. Họ đã bị dao động trước nạn tham nhũng và suốt mùa đông 1984-1985, ở Pitsunda, Gorbachev đã nhất trí với cách đánh giá của Shevardnadze rằng mọi việc đều đang ở tình trạng hỗn độn. Carolyn McGiffert Ekedahl và Melvin A. Goodman, The Wars of Eduard Shevardnadze (Các cuộc chiến tranh của Eduard Shevardnadze), (London, Hurst, 1997), tr.29-33. Năm 1985, Gorbachev coi nhiệm vụ chính là cải thiện tình hình trì trệ trong xã hội và điều chỉnh các “khuyết tật” của chủ nghĩa xã hội. Sự thiếu nhận thức của Gorbachev về tác động của chiến lược tăng tốc đi kèm với quyết định của các nhà chức trách trung niên, với nhiều lý do không thể hiểu nổi, để tăng tốc trong khu vực luyện kim năm 1985. Một phóng viên đã tức giận viết: ″Tôi thật sự lo lắng như một người mẹ, một người phụ nữ khi những đứa con gái của mình chấp nhận rủi ro để đi tìm người bạn đời. Con gái tôi thích đi sàn nhảy, nhưng khi trở về gương mặt lại ngấn nước mắt. Thử tưởng tượng, những chàng trai đến đây gào thét, hò hét cùng tiếng nhạc và rồi đánh nhau.″Ngày 9/3/1997, Financial Times (Thời báo

Tài chính) đã trích dẫn một bản tin trên thông tấn xã Itar-Tass năm 1988. Việc này cho thấy chủ trương công khai được truyền tải bằng các hình ảnh âm nhạc năm 1988 và các ban nhạc này đã trở thành hiện tượng nổi tiếng. Một ngày sau, một trong những nhạc công Nga giải thích thành công của thể loại nhạc này như sau: ″Với âm nhạc của chúng tôi, người hâm mộ có thể gào thét, nhảy múa, văng tục và làm nhiều hành động khác với ngày thường để thoát khỏi những áp lực mà họ phải chịu đựng. Chỉ khi nào làm được như vậy họ mới chịu về nhà và ngủ ngon.″ Khu vực chế tạo máy là một lĩnh vực có thế mạnh truyền thống nhưng khu vực chế tạo thiết bị điện và điện tử lại đang trong tình trạng tụt hậu, vẫn còn là một điểm yếu nghiêm trọng. Tatyana Zaslavskaya, Kommunist (Chủ nghĩa cộng sản), tập 13, 1985. Cuốn sách này được Ban Bí thư Trung ương xuất bản, trong đó tác giả nói về sự lãnh đạo của Đảng và đã đưa ra hai cách diễn đạt, nhân tố con người và sự công bằng xã hội, nhận được sự ủng hộ rộng rãi của Gorbachev. Đầu tư vào khu vực chế tạo máy đã tăng lên 80%. Mikhail Gorbachev, Perestroika: New Thinking for Our Country and the World (Perestroika: Một tư duy mới đối với đất nước và thế giới), (London, Collins, 1987), tr.19. Vào tháng 11/1988, ông thậm chí đã biết thu nhập quốc gia đang có chiều hướng suy giảm trong giai đoạn đầu những năm 1980. Trong cuốn Memoirs (Hồi ký), Gorbachev viết sự tăng trưởng kinh tế đã chấm dứt hoàn toàn cho đến đầu những năm 1980 (London, Doubleday, 1996), tr.216. Chương trình dự thảo, đăng trên tờ Pravda, ngày 7/3/1986, nhấn mạnh giai đoạn hiện tại của sự phát triển chủ nghĩa cộng sản như một phần không thể tách rời trong quá trình phát triển chủ nghĩa xã hội. Tuy nhiên, giai đoạn này đã không được đề cập trong văn bản cuối cùng nói tới thời đại của những cải cách. Thuật ngữ chủ nghĩa xã hội căn bản là do Lenin khởi xướng nhưng các tác giả đã không thể hiểu nổi ý nghĩa thật sự của thuật ngữ này. Lenin đã sử dụng nó để miêu tả sự kết nối giữa bộ máy kinh tế thời chiến của Đức trong giai đoạn đó với chính quyền cách mạng Xô viết. V. I. Lenin, Polnoe Sobranie Sochinenii (Moskva, Gosizpollit, 1963), tập 36, tr.300; Mau,Political History (Lịch sử chính trị), tr.119 Một chương trình Đảng được điều chỉnh, áp dụng

năm 1961, do Đại hội Đảng lần thứ 27 thông qua và như người ta mong đợi, đây sẽ là một chương trình cải cách hiệu quả trong tương lai. Một trong những khó khăn đã vượt qua là việc cấp cho mỗi hộ gia đình một căn hộ cho đến năm 2000. Tuy nhiên, không ai tính tới việc cam kết vội vàng này khiến đất nước phải chịu phí tổn bao nhiêu. Trong một lúc nóng vội dẫn đến hậu quả Nhà nước không đủ sức chi trả cho gánh nặng đó. Điều này thông thường chẳng có vấn đề gì nhưng lời hứa bị lãng quên mới là chỗ nảy sinh vấn đề. Boldin, Ten Years That Shook the World (Mười năm làm chấn động thế giới), tr.69-70. Gorbachev đã đến trong chiếc xe sang trọng của Bộ Chính trị. Khi còn là bí thư thứ nhất của Moskva, Yeltsin chỉ đi bằng phương tiện công cộng và điều này đã giúp ông thêm nổi tiếng về sau. Boldin, sách cùng tên, tác giả nói rằng sau này ông đã thông báo với Raisa về chương trình chuyến viếng thăm của họ. Raisa đã không chú ý và nói cứ để mọi việc tự nhiên, bà đã tỏ ra rất tốt khi các quan khách tới nhà. Gorbachev, Hồi ký, tr.201, viết Ligachev (sau này trở thành cánh tay phải của ông) và Zimyaning (nhà tư tưởng hàng đầu) đã lần đầu đề nghị bài diễn văn được phát trực tiếp trên vô tuyến và ông đã nghe theo lời khuyên của họ. Một đoạn bí mật trong Nghị quyết Đảng — Chính quyền về việc điều chỉnh số lượng rượu mạnh hàng năm giảm xuống. Nó là nét đặc trưng của thời kỳ mà những nghị quyết kiểu như vậy được coi là tối mật. Boldin, sách cùng tên, tr.110, đưa ra các bình luận sắc sảo của Yakovlev. Boldin cũng cho rằng Gorbachev thay đổi cà vạt hàng ngày và cả áo sơ mi nữa. Một ví dụ khác trong tính cách cá nhân của ông là việc tẩy cái bớt trên trán trong các bức ảnh chụp chính thức. Chỉkhi Gorbachev trở nên nổi tiếng thì ông mới để lại mà thôi. Diễn viên hài kịch Anh Bob Monkhouse từng nói: “Gorbachev liệu có phải là một tên đế quốc?” “Tất nhiên rồi!” “Tại sao?” “Ông ta có cả một bản đồ trên trán”. Mức độ của nhiệm vụ này có thể cảm nhận được từ sự thật Ligachev thông báo với Ban Chấp hành Trung ương tháng 4/1985 ngắn gọn trước khi triển khai chiến dịch, rằng năm 1984, 199 nghìn đảng viên và 370 nghìn đoàn viên đã bị chính quyền khiển trách vì sử dụng rượu mạnh. Stephen White, Russia Goes Dry: Alcohol, State and Society (Nước Nga sẽ cạn

kiệt: Rượu mạnh, Nhà nước và Xã hội), (NXB Đại học Cambridge, 1996), tr.67. Người quan tâm nhất đến chiến dịch chống rượu mạnh là Ligachev, một người kiêng rượu, và Mikhail Solomentsev, một người nghiện rượu có tư tưởng cải cách. Một trong những sản phẩm phụ của chiến dịch này là Gorbachevka, một chất men khiến người ta nói không ngừng đến perestroika! Thất bại của cuộc cải cách trong việc cải thiện mức sống của nhân dân đã dẫn tới sự các cuộc xung đột trong giới lãnh đạo, vào tháng 10/1987 tại Ban Chấp hành Trung ương, Boris Yeltsin đã lên tiếng chỉ trích gay gắt Gorbachev về tiến trình cải cách và một số vấn đề khác. Hai bên đã không còn chung tư tưởng và phương thức thực hiện, Yeltsin đã bị thôi giữ chức bí thư thứnhất trong ủy ban đảng Moskva ngay tháng sau đó. Voprosy ekonomiki, số7, 1987, đã cung cấp nhiều chi tiết về tiền lệ này. Alec Nove, trong cuốn An Economic History of the USSR 1917-1991 (Lịch sử kinh tế của Liên bang Nga 1917-1991), (London, NXB Penguin, 1992), tr.397. Các nguồn thu nhập có được từ buôn bán tiếp tục bị cấm. Luật đối với hoạt động cá thể, tháng 11/1986, đã hợp pháp hóa các hoạt động của doanh nghiệp tư nhân, chính thức vào năm 1989, người có liên quan chỉ ở con số 300 nghìn. Bước đột phá đối với hoạt động hợp tác xã xuất hiện tháng 5/1988, với việc thông qua luật hợp tác xã. Các HTX có thể thuê lao động ngoài biên chế không hạn chế số lượng thông qua việc ký hợp đồng. Do vậy, họ đã phát triển nhanh chóng thành các công ty tư nhân. Luật về thuê mướn bất động sản, 1989, và luật đất đai, 1990, mở rộng các hoạt động kinh tế của khu vực phi Nhà nước. Một ước tính về chi phí nhập khẩu thực phẩm, các thực phẩm khác và các hàng hóa tiêu dùng từ các nước phương Tây trong suốt những năm 1970 là 180 tỷ USD. E. hevardnadze, Moi vybor, Vzhashchitu demokratiii svobody (Moskva, Novosti, 1992), tr.107. Brown, The Gorbachev Factor, tr.123, coi phiên họp toàn thể Ban Chấp hành Trung ương tháng 1/1987 như bước khởi đầu quan trọng cho cải cách chính trị. Gorbachev, Hồi ký, tr.230. Ông hiểu cần phải dũng cảm đương đầu với những khó khăn nhưng Bộ Chính trị lại quyết định tách việc cải cách giá cả và việc này sẽ hoãn lại cho tới khi có quyết định cuối cùng. Nó tương tự như việc châm một mớ

bùi nhùi đang cháy leo lét âm ỉ. Gorbachev, Hồi ký, tr.244, người chỉ ra khát vọng lớn lao của ông và ham muốn quyền lực không có gì là sai trái. Tr.245, Gorbachev cho rằng kết luận cuối cùng mà người nào đó rút ra là sự thật Yeltsin không phải là một nhà cải cách. Nếu Gorbachev tin điều này vào thời điểm đó, nó đã là một đánh giá sai lầm nghiêm trọng. Matlock, Autopsy on an Empire(Xem xét về một đế chế), tr.115. Thuật ngữ“tôn sùng cá nhân” là thuật ngữ dựng cho cách lãnh đạo của Stalin. Sách cùng tên, tr.115. Ngày tiếp theo, George Shultz, Bộ trưởng Bộ Ngoại giao đã gặp Gorbachev nhưng ông dường như không chú ý. Shultz phàn nàn với Matlock rằng Gorbachev đã gợi lại cho ông hình ảnh một đấu sĩ không bao giờ biết bị đánh bại là gì, một con người tự tin và biết đánh giá. Lúc đó ông hành động như một người đang giương buồm đẩy con thuyền ra khơi. Tại Đại hội Đảng lần thứ 27 (6/3/1986), người ta tự hào tuyên bố: vấn đề dân tộc, vấn đề còn sót lại từ quá khứ, đã được Liên bang Xô viết giải quyết trọn vẹn và thành công Cuộc chiến tranh tại Afghanistan đã khiến Liên bang Xô viết phải gánh chịu chi phí 3-4 tỷ rúp hàng năm (tương đương với 4-6 tỷ đô la). N. I. Ryzhkov, Perestroika, Istoriya predatelstv (Moskva, Novosti, 1992), tr.232. Casey biết CIA đang để rò rỉ thông tin mật nhưng không biết Aldrich Ames, một nhân viên CIA đầy kinh nghiệm đã tiếp cận với KGB. Ames cung cấp cho Moskva rất nhiều thông tin quý giá trong suốt thời kỳ Gorbachev cầm quyền, cho phép KGB làm nhiễu các nguồn tin của CIA vềLiên bang Xô viết và cũng đã phản công ngược lại với các cơ quan tình báo Mỹ. Kryuchkov có nhiều bằng chứng cho Gorbachev thấy mạng lưới tình báo của người Mỹ. Người ta nghi ngờ Shevardnadze là người để lộ thông tin này. Shultz đã thấy ở Shevardnadze sự nồng nhiệt, trung thành và thân thiện. Shultz đã tổ chức một chuyến du thuyền tới Potomac, tấu lên khúc nhạc của vùng Giorgia với tiêu đề“Giorgia trong tâm trí tôi” và sắp xếp cho dàn hợp xướng Nga hát những bài đơn ca truyền thống của vùng Giorgia cho đoàn của Shevardnadze thưởng thức. ỞMoskva, khi các cuộc hượng lượng căng thẳng và khó khăn đang diễn ra, Shultz cùng ba người Nga ở đại sứ quán Mỹ biểu diễn khúc nhạc “Giorgia trong tâm trí tôi”.

Việc này làm dịu bầu không khí căng thẳng. Ekedahl và Goodman, Wars of Eduard Shevardnadze, tr.106-107. Tháng 7/1987, Gorbachev phát biểu trước một đám đông: Chính sách công khai là một quá trình học tập lẫn nhau. Chúng ta không có truyền thống văn hóa thảo luận và luận chiến, ở đây con người tôn trọng ý kiến quan điểm của đối phương. Chúng ta là con người bằng xương bằng thịt, có tình cảm, có lý trí. Tôi không giả đò biết sự thật; chúng ta phải cùng nhau tìm hiểu sự thật. Doder và Branson, Gorbachev, tr.77. Ý nói đến chiến thắng của Hồng quân Liên Xô trong cuộc chiến tranh vệ quốc tại Stalingrad, nay đổi là Volgagrad, năm 1942-1943. Ước tính mức lương hàng năm của các nhà chức trách là 40 tỷ rúp (tương đương 60 triệu đô la), chiếm khoảng 10% ngân sách nhà nước, trước lúc lên tới đỉnh điểm được xem xét đánh giá. Alexander A. Danilov, The History of Russia: The Twentieth Century (Lịch sử nước Nga: Thế kỷ XX), (New York, NXB Heron, 1996), tr.327. Tuy nhiên, ông cắt giảm bộ máy Ban Chấp hành Trung ương còn 3 nghìn người. Mục đích là giảm số này xuống một nửa. Raisa bị chỉ trích tại các cuộc họp. Sau cuộc họp thượng đỉnh Reykjavik, một phát ngôn của Đảng được hỏi: “Có phải bà đã tự trả tiền vé không?” Các câu chuyện cười thời gian này nhằm vào Raisa và Mikhail Sergeevich. Các cuộc công kích vào Raisa đều nhằm vào Mikhail Sergeevich, người không thể công kích công khai trước năm 1989. Matlock, Autopsy on an Empire, tr.264-265. Năm 1992, Starkov cảnh báo với đại sứ: “Nếu ông công nhận chính sách công khai của Gorbachev, ông sẽ xúc phạm tất cả chúng tôi — những người đấu tranh để có nó. Ban Chấp hành Trung ương Đảng luôn đứng sau chúng tôi chỉ đến 8/1991. Gorbachev không để chúng tôi thực hiện chủ trương công khai nhưng chúng tôi đã thực hiện nó.” Một trong những sản phẩm của nỗ lực này là các giáo sư trường Đại học Pedagogical thuộc Đại học Quốc gia Moskva có viết lại lịch sử nước Nga từ khi bắt đầu cho đến giai đoạn hiện đại. Một trong những thành quả của việc này là nó được Danilov dịch sang tiếng Anh, với tiêu đề The History of Russia (Lịch sử nước Nga). Đây là một cuốn sách hay chứa đựng nhiều tư liệu quý giá. Nó phản ánh một thực tế là các học giả đáng kính này đã viết chân

thực về lịch sử thời Marxist trước năm 1988 và cũng chính họ viết về giai đoạn lịch sử phi Marxist sau năm 1988. Alec Nove, An Economic History of the USSR 1917-1991 (Lịch sử kinh tế của Liên bang Xô viết 1917-1991), (London, NXB Penguin, 1992), tr.404. Tháng 3/1989, Boris Gostev, Bộ trưởng Tài chính, tuyên bố chính phủ cần vay 63,8 tỷ rúp. Sự thâm hụt 100 triệu rúp năm 1989 tương đương với 11,7% tổng sản phẩm quốc nội (Izvestiya, ngày 30/3/1989). Gorbachev, Hồi ký, thừa nhận Moskva đã mất quyền kiểm soát ở hai nước cộng hòa này. Hiến pháp Estonia được sửa đổi và công nhận quyền tư hữu. Đất đai, không khí, khoáng sản, tài nguyên thiên nhiên và các phương tiện sản xuất cơ bản đều được công nhận là tài sản của Estonia. Đây là quyền của người Xô viết trong Hiến pháp Liên bang Xô viết (1977). Gamsakhurdia bị lật đổ năm 1992 và Eduard Shevardnadze lên nắm quyền với sự giúp đỡ của người Nga. Boris Yeltsin, The Struggle for Russia (Cuộc đấu tranh vì nước Nga), New York, NXB Random, 1994), tr.39. Khi Yeltsin cho rằng căn phòng có thể bị nghe trộm, những người khác đã phá lên cười. Gorbachev, Hồi ký, tr.642. Chỉ có ba Bí thư Ban Chấp hành Trung ương là Galina Semenova, Andrei Girenko và Egor Stroev ủng hộ Gorbachev. Đa số trong Ban Bí thư và các cơ quan Đảng ở địa phương đều muốn phế bỏ vị Tổng Bí thư. Vadim Bakatin, Izbavlenie ot KGB (Moskva, Novosti, 1992), tác giả phát hiện có 250 nghìn nhân viên KGB và người làm việc cho tổ chức Tháng 7/1990, ở Jurmala, Nga đồng ý dự thảo các hiệp ước với mỗi nước cộng hòa thuộc vùng Baltic, công nhận chủ quyền. Hiệp ước với Latvia và Estonia được ký vào tháng 1/1991. Hiệp ước với Lithuania bị hoãn vì các sự kiện tháng 2 và được ký ở Moskva ngày 29/7/1991, được Hội đồng Tối cao Lithuania phê chuẩn ngày 19/8/1991. Matlock, Autopsy on an Empire, tr.802. Sự trì hoãn của Gorbachev về các hoạt động của Đảng vào ngày 24/8 không được thực hiện bằng một lệnh cấm hợp pháp. Ông đã phản đối việc cấm đoán Đảng nhưng không vui vì việc cấm đoán các cơ quan Đảng. Matlock, sách cùng tên, tr.622. Vị đại sứ cũ cho biết người Mỹ đã vạch ra kế hoạch đặt các thiết bị nghe trộm ở đâu. Hãn (khan) là nhà cầm quyền của đế chế Mông Cổ, thống trị nước Nga giai đoạn

1240-1480. Sa hoàng Boris, tức Boris Godunov, người được tôn làm Sa hoàng năm 1598, không thuộc dòng dõi quý tộc và thất bại trong việc giải quyết nạn đói và bệnh truyền nhiễm năm 1601-1603. Sau đó, nước Nga rơi vào nội chiến và phải chịu sự can thiệp của nước ngoài, đây được coi là thời kỳ hỗn độn. Việc này chấm dứt với sự nắm quyền của triều đình Romanov vào năm 1613. Do vậy, trong tư tưởng người Nga, Sa hoàng Boris được gắn với chế độ quân chủ và sự hỗn loạn. Một tuần sau, năm mới được tổ chức và phát trên truyền hình với buổi lễ kéo dài khoảng ba tiếng tại một nhà thờ lớn ở Leningrad. Tức tên riêng của Brazauskas (BT). Pravada, ngày 26/12/1989. Ông chấp nhận logic của một Đảng Liên bang trong một quốc gia liên bang vào năm 1991, nhưng sau đó đã quá muộn. Trong bài diễn văn của mình, Gorbachev đã lấy cớ viện các mối quan hệ của Lithunia với đại sứ quán Mỹ ở Moskva, kết tội họ có âm mưu “quốc tế hóa” vấn đề. Đây là một sự chỉ trích kỳ quặc. Đại sứ Mỹ đã gặp gỡ thường xuyên các nhóm đến từ ba nước cộng hòa Baltic. Matlock. Autopsy on an Empire. Trong một cuộc phỏng vấn với cựu đại sứ Mỹ ngày 14/3/1992, Ryzhkov phát biểu ông đã không giữ lòng trung thành với Gorbachev nữa, một điều mà sau này ông cảm thấy hối tiếc, đồng thời bày tỏ ông có thể thắng cử nếu ông có lập trường kiên định. Matlock, sách đã dẫn. Gorbachev, Hồi ký, tr.346. Một lý do chính để ước tính sự ủng hộ chính trị dành cho Yeltsin là cuộc cạnh tranh cá nhân gay gắt giữa hai chính trị gia. Lần đầu tiên trong nhiều thập kỷ, không một đoàn đại biểu nước ngoài nào được mời. Không có gì ở Đại hội về phong trào cộng sản thế giới và các bộ máy Đảng mới đã bỏ qua tuyên bố rằng Liên bang Xô viết là một phần của phong trào này. Gorbachev, Hồi ký, tr.369. Đây là một ví dụ khác về khả năng đánh giá tình hình của Gorbachev. Đầu năm 1990, Abalkin — chủ tịch ủy ban nhà nước về cải cách kinh tế và Maslyukov — chủ tịch Đoàn Thanh niên Cộng sản, đã soạn thảo một bản ghi nhớ về việc giải quyết khủng hoảng kinh tế. Ngày 17/2/1990, họ trình lên Ryzhkov hai hướng giải quyết: chuyển đổi hệ thống hành chính mệnh lệnh hay tăng cường chuyển đổi sang một nền kinh tế thị trường có kế hoạch. L. Abalkin, Neispolzovanny shans (Moskva, NXB Politizdat,

1991), tr.123. Manfred Wilke, “Hard facts” (Sự thật khó chịu), German Comments (Bình luận của người Đức), số 42, 4/1996, tr24-25. Tình hình nghiêm trọng là Bộ Chính trị đã không thông báo cho các thành viên của Ủy ban Trung ương SED về bản báo cáo này. Các cuộc thương lượng với Tây Đức bắt đầu yêu cầu những người Tây Đức tài trợ 3 tỷ Đê-mác hàng năm. Tác giả đã tham gia một cuộc hội thảo ở Reichstag về “40 năm nước Đức chia rẽ” khi Bức tường sụp đổ, bật tín hiệu cho việc bắt đầu chấm dứt sự chia rẽ nước Đức. Thời gian này, Gorbachev là một trong những vị anh hùng. Những người tham gia nhận thấy ngày đáng ghi nhớ này là một trong những kết quả về đường lối chính trị mới của ông. Senn, Gorbachev’s Failure (Sự thất bại của Gorbachev), tr.130. Gorbachev đã ký một nghị định và nghị định này được gửi tới Vilnius dưới dạng một bức điện tín. Tư lệnh không quân Xô viết là Tướng Dzhokhar Dudaev, sau này là Tổng thống Chechnya. Ông này không cho phép có thêm quân Xô viết đổ bộ vào Estonia, do vậy không có bạo động ở Tallinn. Gorbachev, Hồi ký, tr.579. Gorbachev nói thêm rằng lúc đó ông vẫn rất tin Yazov. Chernyaev gọi các bài diễn văn của Pugo và Yazov tại phiên họp của Xô viêt tối cao là “đần độn, hỗn láo và đầy giả dối”. Tschernajew, Die letzten Jahre einer Weltmacht, tr.344. Một số người Nga thân Xô viết quá thất vọng trước sự nổi lên của chủ nghĩa dân tộc ở Lithuania bắt đầu rời khỏi Lithuania. Năm 1990, dòng người khoảng 6.221 người rời đi nhưng năm 1991, con số này giảm xuống 5.504. Năm 1992, con số này là khoảng 13.672 người. Lính mũ nồi đen thuộc Bộ Nội vụ. OMON đại diện cho đơn vị bán quân sự, có nhiệm vụ đặc biệt. Matlock, Autopsy on an Empire, tr.795. Sau này, ông thông báo với đại sứ Mỹ rằng lúc đó ông không có lòng tin tôn giáo. Song, ông dần dần tin vào Chúa và giá trị của những lơi cầu nguyện sau khi ông có cuộc sống an nhàn sau cuộc đảo chính tháng 8/1991. Tschernajew, Die letzten Jahre einer Weltmacht, tr. 373. Kohl nói với Gorbachev rằng nếu ông tham gia cuộc gặp London với tư cách quan sát viên, ông sẽ trở thành thành viên chính thức trong cuộc gặp năm 1992 tại Munich. Matlock, Autopsy on an Empire, tr.538. Niềm tin của bà Thatcher vào Mikhail Gorbachev bị

lung lay sau khi hai bên rời khỏi văn phòng. Năm 1992, Vladimir Bukovsky chỉ cho Thatcher bản sao một tài liệu có chữ ký của Gorbachev, cam kết chi 1 triệu đôla cho Hiệp hội Công nhân mỏ do Arthur Scargill lãnh đạo, trong khi thợ mỏ đang tiếp tục đình công chống lại chính phủ của bà. Gorbachev đã thú nhận với bà không hề có bất cứ một quỹ nào của Xô viết tài trợ cho công nhân mỏ Anh chống lại bà. Không chắc chắn quỹ này có số tiền đó hay không. Một số tác giả băn khoăn liệu Gorbachev có đóng góp một phần trong nỗ lực khôi phục luật và trật tự bằng cách tách riêng văn phòng tổng thống với nội các của mình. Nội các của ông, được trao một số đặc quyền, sẽ đưa ra một vài cách thức mạnh mẽ để cứu lấy nhà nước Xô viết. Michael Urban, Vyacheslav Igrunov và Sergei Mitrokhin, The Rebirth of Politics in Russia (Sự tái sinh các nền chính trị ở nước Nga), (Cambridge, NXB ĐH Cambridge, 1997), tr.247; Yu. Burtin, Demokraticheskaya Rossiya (Nước Nga dân chủ hóa), 3/11/1991. 1. Elizabeth I (1533-1603): là Nữ hoàng Anh và Nữ hoàng Ireland từ 1558 cho đến khi băng hà. Bà trở nên bất tử với tên Faerie Queen trong thiên sử thi cùng tên của Edmund Spenser. 2. Hồng Y Richelieu (1585-1642): không là vua, mà là thủ tướng trong thời kỳ làm vua của người con trai bất tài của vua Henri IV là vua Louis 13. Từ năm 1624-1642, Hồng y Richelieu đã cai trị nước Pháp theo ý mình và muốn củng cố vương quyền trung ương và bành trướng các ảnh hưởng của nước Pháp qua khắp châu Âu. 3. David Lloyd George (1916-1922): là Thủ tướng Anh nhiệm kỳ 1916-1922. 4. Henri VIII (1491-1547): là một trong số những ông vua lớn nhất trong Lịch sử nước Anh. 5. Abraham Lincoln (1809-1865), (còn được biết đến với tên Abe Lincoln, tên hiệu Honest Abe, Rail Splitter, Người giải phóng vĩ đại): là Tổng thống Hoa Kỳ thứ 16, người đã dẫn dắt nước Mỹ qua cuộc khủng hoảng lớn nhất, cuộc Nội chiến Hoa Kỳ và chấm dứt chế độ nô lệ tại quốc gia này. 6. Lord George Gordon Noel Byron (1788-1824): là nhà thơ lãng mạn Anh, một trong những nhà thơ lớn của thế giới thế kỷ XIX. 7. Josephine de Beauharnais (1763-1814): là hoàng hậu nước Pháp, vợ đầu tiên của Napoleon. 8. Marie Walewska: người tình xứ Ba Lan, rất được Napoleon yêu chuộng. 9. Joe McCarthy: là thượng

nghị sỹ Mỹ, đã từng phát động chiến dịch “săn lùng phù thủy” nhằm chống đảng cộng sản hồi những năm 1950. 10. Joseph P. Kennedy (1888-1969): rời bỏ làng New Ross ở hạt Wexford, Ireland đến Mỹ lập nghiệp. Ông trở thành một tay làm thùng phuy chứa dầu hỏa chuyên nghiệp và lập một cơ sở thương mại vững chắc. Ông kết hôn và có ba người con gái, một con trai − một Patrick mới. Patrick cha nằm xuống. Patrick con lớn lên kết hôn với May Hiker và hạ sinh một trai cũng đặt tên Patrick. Đứa con trở thành Joseph Patrick Kennedy và tạo nên một đại gia đình Hoa Kỳ danh tiếng sau này… 11. Harry S. Truman (1884-1972): là Tổng thống thứ 33 của Hoa Kỳ, nhiệm kỳ 1945-1953. 12. Herbert Clark Hoover (1874-1964): tổng thống thứ 31 của Hoa Kỳ (1929-1933), là một kỹ sư mỏ nổi tiếng thế giới và là một nhà cầm quyền theo chủ nghĩa nhân đạo. 13. Dwight David “Ike” Eisenhower (1890-1969): là Tổng thống thứ 34 của Hoa Kỳ (1953-1961). Trong suốt Chiến tranh thế giới thứ hai, ông là Tổng tư lệnh quân Đồng minh ở châu Âu với quân hàm Thống tướng, và năm 1949 ông trở thành Tổng tư lệnh đầu tiên của NATO. 14. Là hệ thống lý luận kinh tế vĩ mô lấy tác phẩm Lý thuyết tổng quát về việc làm, lãi suất và tiền tệ của nhà kinh tế học người Anh John Maynard Keynes (1883-1948) làm trung tâm và lấy nguyên lý cầu hữu hiệu làm nền tảng. 15. Kho dự trữ vàng quốc gia của Mỹ. 16. Adlai Stevenson: đảng viên Đảng Cộng hòa, từng thất bại trong cuộc chạy đua giành ghế tổng thống năm 1952 và 1956. 17. Nelson Aldrich Rockefeller (1908-1979): là cháu nội của nhà tỷ phú đầu tiên, John D. Rockefeller. Ông làm thống đốc tiểu bang New York gần bốn nhiệm kỳ (10 năm) rồi ra tranh cử ứng viên tổng thống sơ tuyển trong Đảng Cộng Hòa. Năm 1974 ông là Phó Tổng thống dưới thời Tổng Thống Gerald Ford. 18. James Earl “Jimmy” Carter, Jr (sinh năm 1924) là chính khách và là Tổng thống thứ 39 của Hoa Kỳ, nhiệm kỳ 1977-1981, đồng thời là quán quân Giải Nobel Hòa bình năm 2002. 19. Chủ nghĩa này quan niệm các công dân sinh ra ở địa phương trội hơn những người nhập cư. 20. Carey Estes Kefauver (1903-1963): là đảng viên Đảng Dân chủ, được chọn làm ứng viên Phó Tổng thống trong cuộc bầu cử năm 1956. 21. Hành trình danh dự. 22. Martin Van Buren

(1782-1862): là Tổng thống thứ 8 Hoa Kỳ (1837-1841), đảng viên Đảng Dân chủ. 23. James Buchanan (1791-1868): là Tổng thống thứ 15 của Hoa Kỳ (1857-1861). 24. Ulysses Simpson Grant, tên khai sinh Hiram Ulysses Grant (1822-1885): là tướng của quân đội Liên bang miền Bắc trong Nội chiến Hoa Kỳ và là Tổng thống Hoa Kỳ thứ 18 (1869-1877). 25. James Knox Polk (1795-1849): là Tổng thống thứ 11 của Hoa Kỳ, nhiệm kỳ 1845-1849. 26. Stephen Grover Cleveland (1837-1908): là Tổng thống Hoa Kỳ thứ 22 và 24, và là tổng thống duy nhất phục vụ hai nhiệm kỳ không liên tục nhau 1885- 1889 và 1893-1897. 27. Vào cuối thế kỷ XVIII, Đảng Whig đại diện cho quyền lợi của những người theo đuổi ̣tư tưởng cải cách về bầu cử, nghị viện và công tác từ thiện ở Anh. Từ giữa thế kỷ XIX, Đảng Tự do (Liberal Party) nổi lên với tư cách là đảng kế tục Đảng Whig. 28. Arthur Neville Chamberlain (1869-1940), nhà hoạt động chính trị, nhà ngoại giao Anh. Từ 1918, là Hạ nghị sĩ; từ 1924-1929, nhiều lần tham gia chính phủ, giữ chức Bộ trưởng. Những năm 1937-1940 là Thủ tướng và thủ lĩnh Đảng Bảo thủ. 29. John Kenneth Galbraith: giáo sư kinh tế của trường Harvard, trước đây từng là Đại sứ tại Ấn Độ, được nhận huy chương của Tổng thống Hoa Kỳ. 30. Felix Frankfurter: nguyên Thẩm phán Tòa án Tối cao Hoa Kỳ. 31. John Quincy Adams (1767-1845): là tổng thống Hoa Kỳ thứ 6 (1826-1829), là con trai đầu và là con thứ hai của vị tổng thống Hoa Kỳ thứ 2, John Adams (nhiệm kỳ 1797-1801) và Abigail Adams. tiêu chuẩn mà với tư cách một chính khách, Jack luôn cố gắng noi theo để hình thành phương pháp quản lý (Sự gắn bó về mặt tình cảm với đất nước Ailen xưa kia chưa bao giờ làm giảm thái độ này). Jack nhanh chóng hoàn thành bước quá độ sang tuổi trưởng thành dưới áp lực của những ngày Hitler đẩy cả châu Âu và thế giới vào cuộc chiến tranh. 32. Tức là Đại Tây Dương, Thái Bình Dương và Bắc Băng Dương. 33. Douglas MacArthur (1880-1964): là Tham mưu trưởng Quân đội Hoa Kỳ trong suốt thập niên 1930 và sau đó đóng vai trò quan trọng trên mặt trận Thái Bình Dương trong Chiến tranh thế giới thứ hai. Trái lại điều này càng tăng thêm sự tự tin vốn có của ông. 34. Bobby Kennedy, còn được gọi tên tắt là RFK: là một trong hai người em

trai của tổng thống Hoa Kỳ John F. Kenneydy, với chức vụ tổng trưởng ngành luật pháp Hoa Kỳ từ 1961-1964. Ông là một trong những người cố vấn mà tổng thống Kennedy tin cậy nhất, và làm việc kề cận với tổng thống trong thời kỳ khủng hoảng vũ khí hỏa tiễn của Cuba. 35. Henry Cabot Lodge, Jr. (1902-1985): là một Thượng nghị sỹ Mỹ của bang Massachusetts, một Đại sứ Hoa Kỳ tại Việt Nam Cộng hòa, và là một ứng cử viên Phó Tổng thống Hoa Kỳ. năm 1956 không hề khôn ngoan. Nhưng Jack Kennedy phớt lờ tất cả những sự đắn đo đó. Ông không chắc mình còn sống được bao lâu nên đối với ông, liều lĩnh là điều duy nhất có ý nghĩa. 36. Lý thuyết gia chính trị xuất sắc, tác giả cuốn Quân Vương đã được Alpha Books xuất bản. 37. Đạo luật về các quan hệ quản lý lao động của Mỹ được Quốc hội thông qua năm 1947, bất chấp sự phủ quyết của Tổng thống Truman. 38. Hội nghị Postdam: từ ngày 17 tháng 7 đến ngày 2 tháng 8 năm 1945, tại cung điện Cecilienhof - Postdam, của các nhà lãnh đạo của phe Đồng minh là Harry S. Truman, Winston Churchill, Clement Attlee và Stalin để quyết định tương lai của nước Đức và châu Âu thời hậu chiến. 39. Robert Alphonso Taft II (sinh năm 1942): là thống đốc của tiểu bang Ohio thuộc Đảng Cộng hòa từ năm 1999 đến tháng 1/2007. 40. Henry Clay (1777-1852): là nhà hùng biện Mỹ thế kỷ XIX, người đại diện cho cả Nhà Trắng lẫn Thượng nghị viện. 41. Edmund Gibson Ross (1826-1907): là một chính khách biểu trưng cho bang Kansas sau Nội nước chiến Mỹ và sau trở thành thống đốc của New Mexico. 42. Liên Xô đã bắn hạ máy bay do thám U2 bay vào lãnh thổ của mình và tận dụng triệt để cơ hội vô giá này cho việc tuyên truyền. 43. Lúc đó, Martin Luther đang biểu tình ngồi ở một nhà hàng phân biệt chủng tộc. 44. George Catlett Marshall, Jr. (1880-1959): là một nhà lãnh đạo quân đội Hoa Kỳ, Bộ trưởng Quốc phòng. Marshall là tổng tham mưu trưởng của quân đội và là một cố vấn quân sự cấp cao cho Tổng thống Franklin D. Roosevelt. 45. Dean Acheson (1893-1971): Cựu ngoại trưởng Mỹ. 46. Henry Alfred Kissinger (tên khai sinh: Heinz Alfred Kissinger sinh năm 1923) là một nhà ngoại giao người Mỹ-Đức gốc Do Thái, giành giải Nobel Hòa bình năm 1973. 47. Otto Eduard Leopold von Bismarck là thủ tướng

nước Đức và Vương quốc Phổ thế kỷ XIX, được nhiều người gọi là "Thủ tướng thép" do đường lối quân chủ bảo thủ cũng như chính sách chính trị thực dụng. 48. Tháng 9 năm 1938, Hiệp ước Munich được ký kết giữa Anh, Đức, Pháp và Ý. Qua đó Anh Pháp đã chấp nhận để Đức đưa quân vào đồng minh của mình là Tiệp Khắc nhằm tránh chiến tranh với Đức. 49. Mùa xuân năm 1961, Liên Xô phóng tàu Sputnik và nhà du hành vũ trụ Gagarin trở thành người đầu tiên du hành trong không gian. 50. Walter Ulbricht là Chủ tịch Hội đồng Nhà nước của Đông Đức. 51. Năm 1960, nước Pháp trở thành quốc gia thứ tư có kho vũ khí nguyên tử. Tổng Thống de Gaulle đã tuyên bố nước Pháp là một lực lượng nguyên tử độc lập thứ ba, sau Hoa Kỳ và Liên Xô. Ông cũng muốn phát triển nguyên tử thành một lực lượng đánh trả (force de frappe). 52. Từ của Harry Truman. 53. Sau Chiến tranh thế giới thứ hai, vào tháng 7 năm 1944, tại hội nghị ở Bretton Wood, 44 nước tham dự (có cả Liên Xô cũ) đã thống nhất thông qua hệ thống tiền tệ Bretton Wood dùng đồng đô-la Mỹ làm tiêu chuẩn tiền tệ của thế giới. 54. Một trong những người chủ trương nổi tiếng nhất của Thuyết hội tụ – thuyết xã hội học tư sản, cho rằng chế độ tư bản chủ nghĩa và xã hội chủ nghĩa đang phát triển theo những con đường ngày càng xích lại gần nhau và cuối cùng sẽ hòa nhập vào nhau, hình thành nên một xã hội mới, trong đó kết hợp những tính chất tích cực của chế độ tư bản và của chế độ xã hội chủ nghĩa. 55. Ủy ban chịu trách nhiệm về các vấn đề tài chính, xã hội và phúc lợi khác của Quốc hội 56. Kế hoạch xâm lược Cuba do Cục Hành động (hay còn gọi là Cục Mật vụ) của CIA vạch ra. Cục trưởng Cục Hành động của CIA lúc đó chính là Richard Bissell. Thất bại của vụ Vịnh Con Lợn mà Bissell là tác giả chính đã hủy hoại thanh danh của ông ta. 57. Mongoose là tên được mã hóa của kế hoạch bí mật nhằm lật đổ Castro. 58. Tổng thống, nhân vật tai tiếng, nhà độc tài quá khích của nước Cộng hòa Dominique từ năm 1930-1939 và từ 1942-1961. Bị một toán vũ trang lạ mặt ở khu ngoại ô Lachaise ám sát vào chiều tối ngày 30 tháng 5 năm 1961. 59. Richard Helms được đề cử làm Phó Giám đốc CIA vào tháng 4 năm 1965 và lên nắm quyền lãnh đạo CIA từ tháng 6 năm 1966 đến đầu năm 1973. Helms được coi là vị tổng giám đốc tài ba

nhất. 60. Học thuyết là cơ sở của chủ nghĩa toàn Mỹ, tuyên bố ảnh hưởng của Hoa Kỳ tới các nước thuộc khu vực Trung Nam Mỹ. 61. Từ lóng mà người Cuba dùng để chỉ người Mỹ. 62. Coretta Scott King: vợ của mục sư da đen Martin Luther King, người từ nhiều năm qua đã tiếp nối sự nghiệp đấu tranh của chồng cho quyền tự do và bình đẳng của con người. 63. Mahatma Gandhi (1869-1948), còn gọi là ông thánh Cam Địa: người chủ trương chống đối không bạo động. 64. Đảng 3 K, đảng cực đoan phân biệt chủng tộc. 65. Thước Anh, bằng 0,914 mét. 66. Một cách gọi khác của Đại học Mississippi. 67. Thành viên tích cực của Hiệp hội quốc gia vì sự tiến bộ của người da màu, bị một kẻ lạ mặt bắn chết vào ngày 12 tháng 6 năm 1963 ngay trước cửa nhà riêng tại thành phố Jackson, bang Mississippi. 68. Mục sư, một thần tượng của phong trào chống phân biệt chủng tộc ở Birmingham, người cùng hoạt động rất tích cực với Martin Luther King. 69. Nhà sử học nổi tiếng, tác giả nhiều cuốn sách về cuộc đời của Martin Luther King. 70. Chủ tịch NAACP (Hiệp hội các quốc gia vì sự tiến bộ của người da màu) 71. Trung tá bộ binh làm cố vấn sư đoàn 7BB tại vùng IV chiến thuật (miền Nam Việt Nam) từ năm 1962-1963. 72. Được hiểu là mối nguy về chủ nghĩa cộng sản. 1. Chiến tranh Bảy năm (1756-1763): Cuộc chiến xảy ra giữa hai thế lực gồm có Vương quốc Anh, Vương quốc Phổ và Hannover ở một phía và Pháp, Áo, Nga, Thụy Điển và Saxony ở phía kia. Tây Ban Nha và Bồ Đào Nha sau này cũng bị cuốn vào chiến tranh, trong khi một lực lượng của nước trung lập Hà Lan bị tấn công tại Ấn Độ. Tại Bắc Mỹ, cuộc chiến được gọi là Chiến tranh Pháp và người Da đỏ. 2 Frederick North: Thủ tướng Anh giai đoạn 1770 1782. 3 Đảng Whig: Nay là Đảng Dân chủ Tự do, vẫn duy trì vị thế chính trị quan trọng cho đến thế kỷ XX. Đảng Whig ủng hộ việc khai trừ Công tước xứ York theo đức tin Công giáo khỏi quyền kế thừa ngai vàng của xứ Anh, Ireland và Scotland. Tên gọi được dùng để biểu thị sự khinh miệt: "whiggamor" là "đồ chăn bò" (cattle driver). Đảng này gần gũi với giới nghiệp đoàn, tài chính và chủ đất. 4 Nguyên văn: Glorious Revolution, một cuộc cách mạng không đổ máu nhằm lật đổ Vua James II, do Vua William III (1652-1702) lãnh đạo. 5 Hiệp hội

thuộc Hội đồng địa phương, thường tổ chức các cuộc họp thường niên bàn về luật. 6 Chiến tranh Hoa Kỳ: Từ năm 1763, Anh trở thành đế chế thực dân lớn, kiểm soát rất nhiều thuộc địa. Cần chi phí cho cuộc Chiến tranh Pháp – người Da đỏ (1756-1763), chính phủ Anh và Vua George III đã áp đặt thuế cao ở 13 thuộc địa Bắc Mỹ, dẫn tới Cách mạng Hoa Kỳ (1775-1783) – cuộc cách mạng giành độc lập của 13 thuộc địa ở Bắc Mỹ. 7 Công ty Đông Ấn là tên gọi chung một số công ty của châu Âu được phép độc quyền buôn bán với châu Á, đặc biệt là với Ấn Độ. 1. Cách mạng Pháp: Diễn ra từ 1789-1799, lực lượng dân chủ và cộng hòa đã lật đổ chế độ quân chủ chuyên chế và cả Giáo hội Công giáo Roma tại Pháp cũng phải trải qua nhiều thay đổi. Cuộc cách mạng này đã xóa bỏ chế độ phong kiến trong xã hội Pháp và có sức ảnh hưởng mạnh mẽ, nhất là đối với các quốc gia theo chế độ phong kiến lúc bấy giờ. 2. Trung tâm hành chính của thành phố Canterbury, Tổng Giám mục của toàn Anh, nơi đứng đầu Giáo hội Anh và các nhóm đạo Anglican trên toàn thế giới. 3. Khủng hoảng Nootka là cuộc tranh chấp chính trị giữa Anh và Tây Ban Nha, do những sự kiện diễn ra trong mùa hè năm 1789 tại Eo biển Nootka, đảo Vancover, tỉnh Canada khi đó thuộc Anh. 4. Ngày 1/6 Huy hoàng, còn được gọi là Trận chiến Ushant thứ Ba, là trận đánh hạm đội lớn nhất và là cuộc xung đột đầu tiên giữa Anh và Pháp trong giai đoạn Cách mạng Pháp. 5. Hội Tam điểm: Chính thức được mục sư Anderson thành lập ở Anh quốc năm 1717, ban đầu chỉ gồm những người thợ, những người trong cùng một ngành nghề, nhưng sau mở rộng và có đủ các thành phần xã hội tham gia: từ tiểu thương, học giả, giới bình dân, trí thức đến quý tộc và các quan chức nắm giữ những địa vị cao trong xã hội. Vì vậy, tư tưởng và đường lối rất phức tạp, nhiều biến tướng. 1. Prime Minister tức là Bộ trưởng thứ nhất và thường được gọi là Thủ tướng. 2. Một chức vụ cao trong chính phủ Anh giai đoạn từ giữa thế kỷ XVI đến đầu thế kỷ XIX, là người chịu trách nhiệm về nguồn tài chính của Hải quân Hoàng gia Anh. Chức vụ này bị bãi bỏ năm 1836. 1. Các cuộc chiến tranh của Napoleon là một loạt các cuộc chiến xảy ra tại châu Âu, dưới thời hoàng đế Napoleon Bonaparte cai trị nước Pháp. Các cuộc chiến

này tiếp nối các cuộc chiến do cuộc Cách mạng Pháp phát sinh, kéo dài suốt thời Đệ nhất Đế chế ở Pháp (một chế độ chính trị do Napoleon lập ra). 1. Isle of Dogs (Đảo Chó): Tên gọi này chính thức được dùng vào năm 1588, nguyên là một hòn đảo ở khu Đông London 1. Toma Paine (29/1/1737-8/6/1809): Sinh ở Anh, nhập cư Mỹ trong thời gian nổ ra Cách mạng Hoa Kỳ, là nhà triết học, nhà cách mạng, người theo trường phái chủ nghĩa tự do cổ điển, một nhân vật nổi bật trong Phong trào Khai sáng. Ông ủng hộ sự độc lập của các thuộc địa Mỹ khỏi Đế quốc Anh và là người có ảnh hưởng lớn đến Cách mạng Pháp. 2. Nghệ thuật biếm họa: Một phát kiến của châu Âu có từ thời cổ đại, là thể loại thích hợp nhất cho việc thể hiện các diễn biến văn hóa và chính trị trong một hình thức cô đọng. 3. Sự phân liệt lần thứ hai của đạo Kitô vào đầu thế kỷ XVI dẫn đến sự ra đời của đạo Tin Lành. Cuộc cải cách này gắn liền với tên tuổi hai đại biểu là Martin Luther (1483-1546) và Jean Calvin (1509 1546). Thế kỷ XVI là thế kỷ mở đầu cho các cuộc cách mạng tư sản châu Âu. Martin Luther chịu ảnh hưởng của tư tưởng tự do tư sản, phản kháng lại những quy định khắc nghiệt của của Công giáo. Những tư tưởng cải cách đó đã dẫn tới xung đột gay gắt quyết liệt với Tòa thánh Vatican và sự ra đời của đạo Tin Lành. 4. Thuế thập phân: một loại thuế do Giáo hội Thiên Chúa ở Tây Âu thời trung đại đặt và thu của các tín đồ bằng một phần mười sản phẩm hàng năm của trang trại để ủng hộ giáo sĩ và nhà thờ. 5. Royal Exchange ở London: Được Thomas Gresham thành lập năm 1565, hoạt động như một trung tâm giao dịch của thành phố; đến năm 1576, được Elizabeth I chính thức đặt tên này. 6. Gọi tắt là Lloyd’s, một bộ phận của Royal Exchange ở London, là khu vực riêng của những người ký nhận trách nhiệm thanh toán các hợp đồng bảo hiểm (nhất là về tàu thủy) và những người môi giới hợp đồng bảo hiểm. 7. Có nguồn gốc từ Đức, mở đầu bởi George Louis – cử tri của Hanover, người lên ngôi vua Vương quốc Anh với tước vị George I năm 1714. Triều đại này được tiếp tục với George II, George III, George IV và kết thúc vào năm 1901, khi William IV qua đời. 1. Nguyên văn: United Provinces, là tên gọi khác của Cộng hòa Hà Lan (1581-1795), nay là Hà Lan. 2. Còn gọi là Hội nghị

Quốc gia Pháp (French National Convention), họp từ ngày 20/9/1792 đến ngày 26/10/1795. Cuốn sách đã được Thái Hà Books xuất bản. **HÌNH 12-5** Cookie thứ nhất được đọc bởi vòng lặp. **HÌNH 6-3** Chạy ví dụ với hàm `isNaN()` trong câu điều kiện ghép. **Hình 10-8** Tạo mới và thêm các phần tử bằng vòng lặp `for` và DOM. 1. Key West: Một thành phố nằm ở cực Nam của Hoa Kỳ, còn có tên Mile O, tức là điểm bắt đầu của dặm Anh, tính theo chiều dọc của nước Mỹ. 1. Nhà Ronald McDonald (Ronald McDonald House): Chương trình từ thiện của thương hiệu thức ăn nhanh McDonald’s, xây dựng những ngôi nhà gần các bệnh viện để cho trẻ em bị bệnh hiểm nghèo và thân nhân các em ở trong thời gian điều trị tại bệnh viện. Ngôi nhà Ronald McDonald đầu tiên được mở ở Philadelphia năm 1974 và hiện nay trên thế giới đã có khoảng 200 ngôi nhà như thế. 1. Stevie Wonder (tên thật Stevland Hardaway Judkins, sinh ngày 13 tháng 5 năm 1950, sau đổi tên thành Stevland Hardaway Morris): Ca sĩ, nhạc sĩ, nhà sản xuất âm nhạc và nghệ sĩ chơi đa nhạc cụ người Mỹ. Ông là nghệ sĩ tiêu biểu cho âm nhạc đại chúng Hoa Kỳ nửa sau thế kỷ XX với 22 giải Grammy (nhiều nhất cho một nghệ sĩ solo). Bị mù từ nhỏ, Wonder ký hợp đồng trở thành ca sĩ chuyên nghiệp từ khi mới 11 tuổi. 1. Lourdes: Một thành phố nhỏ thuộc miền Nam nước Pháp, gần biên giới Pháp - Tây Ban Nha. 1. Puerto Vallarta: Một thành phố nổi tiếng về du lịch của Mexico, trải dài theo vịnh Banderas bên bờ Thái Bình Dương. này sang ngày khác. Quốc gia khởi nghiệp – Câu chuyện về nền kinh tế thần kỳ của Israel (tác giả: Saul Singer và Dan Senor) giới thiệu bức tranh toàn cảnh về những gì dân tộc Do Thái đã làm để nuôi dưỡng và vun đắp cho các doanh nhân khởi nghiệp, thông qua việc thu hút dòng tiền từ các nhà đầu tư mạo hiểm của phương Tây. Bản tiếng Việt đã được Công ty Cổ phần Sách Alpha (AlphaBooks) xuất bản và tái bản nhiều lần. IPL là một dự án giáo dục phi chính phủ, phi lợi nhuận và phi tôn giáo do các doanh nhân, trí thức tâm huyết và Trường Doanh Nhân PACE phối hợp sáng lập, triển khai thực hiện từ năm 2007. Jack Ma (Mã Vân, sinh ngày 10/9/1964) là tỷ phú, doanh nhân thương mại điện tử người Trung Quốc. Ông là nhà sáng lập và là Chủ tịch điều hành

Tập đoàn Alibaba. Ông cũng là doanh nhân Trung Quốc đại lục đầu tiên xuất hiện trên trang bìa của Forbes. 1. Diệp U Đàm: phiên âm tiếng Trung là Ye You Tan. 2. Đại phong cầm: loại đàn organ lớn với hệ thống nhiều ống sáo khổng lồ liên kết với đàn, thường chỉ sử dụng trong nhà thờ. 3. Mượn ý thơ của Lý Bạch. Ý muốn miêu tả lúc này là thời điểm đẹp nhất, hưng vượng nhất của mùa xuân, nhưng thời khắc tươi đẹp này cũng ngắn ngủi như hoa khói, nó chỉ tồn tại trong một khoảng thời gian rất ngắn. 4. Chữ 色 (sắc): trên chữ này chính là chữ "đao"刀, nghĩa là con dao. (*) SUV: Kiểu xe thể thao đa chức năng, được thiết kế để có thể vượt qua những địa hình xấu. (1) Trường phái ấn tượng: Một trào lưu nghệ thuật bắt đầu tại Paris vào cuối thế kỷ 19, đánh dấu một bước tiến quan trọng của hội họa. Cái tên 'ấn tượng' do các nhà phê bình gọi theo một bức tranh nổi tiếng của Claude Monet: Impression soleil levant (Ấn tượng mặt trời mọc). (2) Hệ thống định vị toàn cầu (Global Positioning System - GPS): Là hệ thống xác định vị trí dựa trên vị trí của các vệ tinh nhân tạo. Trong cùng một thời điểm, ở một vị trí trên mặt đất nếu xác định được khoảng cách đến ba vệ tinh (tối thiểu) thì sẽ tính được tọa độ của vị trí đó. Hệ thống định vị toàn cầu của Mỹ là hệ dẫn đường dựa trên một mạng lưới 24 vệ tinh được Bộ Quốc phòng Hoa Kỳ đặt trên quỹ đạo không gian. (4) DJ: Viết tắt của Disc Jockey, có nghĩa là người chỉnh nhạc trên đài phát thanh, trong vũ trường hay quán bar. Với các thiết bị và kỹ năng phối trộn biến hóa, DJ ráp nhịp một cách tài tình các loại nhạc tạo thành mạch giai điệu đặc biệt sáng tạo. (5) Home run: Thuật ngữ dùng trong môn bóng chày, chỉ cú đánh cho phép người đánh chạy quanh sân ghi một lúc nhiều điểm mà không phải dừng lại. (6) Steve Jobs: Giám đốc điều hành của hãng máy tính Apple, hãng đi đầu trong ngành công nghiệp máy tính ở Mỹ với hàng loạt các sáng chế như hệ điều hành OSX, máy tính và sổ tay điện tử MAC, bàn phím. Hãng đã bán ra hơn 50 triệu máy nghe nhạc cầm tay Ipod trên toàn thế giới. Đây là một sản phẩm cách mạng trong kỷ nguyên âm nhạc kỹ thuật số. (7) Vince Lombardi: Huấn luyện viên bóng bầu dục huyền thoại trong các giải vô địch quốc gia Mỹ thế kỷ 20. Ông đã dẫn dắt đội Green Bay Packers đăng quang ngôi vô địch thế

giới. (8)Tiger Woods: sinh năm 1975, là vận động viên đánh golf chuyên nghiệp số 1 thế giới người Mỹ. Với danh hiệu này, Woods trở thành tay golf chuyên nghiệp có mức thu nhập cao nhất thế giới (năm 2005 là 87 triệu đô-la). (3) Robert Frost (1874-1963) là nhà thơ nổi tiếng người Mỹ, được xem là một trong những nhà thơ sáng tác về đề tài thôn quê hay nhất trong thế kỷ 20. Ông đã bốn lần đoạt giải Pulitzer, từng được đề cử giải Nobel văn học năm 1953 và nhận được nhiều giải thưởng vinh dự và cao quý khác trong sự nghiệp thơ ca của mình. 3. Thuật ngữ Moat do Warren Buffett sáng tạo ra, ngụ ý một công ty có lợi thế cạnh tranh và tạo ra "hàng rào" ngăn cản sự cạnh tranh của các công ty khác. 1. Ở Việt Nam lãi suất trái phiếu chính phủ trung bình khoảng 8%/năm. 2 Nơi có sàn giao dịch chứng khoán New York. Hình tượng rắn trên chùa Thái. Khổ. Vùng đầm lầy. Tượng. Cúng cơm. Loại bánh mì dẹt tròn. Núi. Hình tròn mang tính biểu tượng cao quý dùng làm đối tượng thiền trong Phật giáo Đại thừa. Tranh vẽ tượng, đề tài tôn giáo. Hiện thân, hóa thân. Phật thiền. Bơ lọc dùng làm dầu ăn. Cây chùy biểu tượng. Một loại rượu ở Nepal, Tây Tạng. Dạ xoa. Thuốc lá làm từ lá thuốc non và đọt gai dầu. Chùa, tu viện ở Tây Tạng. Hoàng phái, phái mũ vàng. Nghĩa là bạn đạo, là một học vị Phật giáo Tây Tạng dành cho tăng ni. Ấn. Ni sư. Chất gây ảo giác, ma túy. Niết Bàn. Hành vi lễ bái hay tụng niệm. Pháp, phận sự. Binh sĩ Nepal trong quân đội Anh hoặc Ấn. Người Anh (1570-1606) thành viên nhóm tín đồ Công giáo có âm mưu ám sát vua James I của Anh. Khu vực ở đông nam Bangladesh và biên giới Ấn Độ với Miến Điện, là một quận của Bangladesh, cho đến năm 1984 thì bị chia thành ba quận. Trong thập niên 1970 và 1980, cư dân các bộ tộc này đã chống lại những cố gắng của chính phủ nhằm đưa dân Bengal đến đây sinh sống. (N.D) Vải dệt tay. Tiền trà nước. Vâng, được. Biên nhận. Thiền minh sát Xá, hai tay chắp lại để tỏ ý cung kính. Tiếng Latin, nghĩa là chất liệu Ấn Độ. Y học Ấn Độ cổ đại, trị bệnh bằng thảo mộc, yoga, chế độ ăn. Chư thiên Diện kiến với đạo sư. Áo cà sa khoác bên ngoài. Một trong những đường chính dài nhất và xưa nhất châu Á, nối vùng đông và tây tiểu lục địa Ấn và nối Nam Á với Trung Á. Ảo ảnh. Một dạng bánh mì của Ấn Độ. Rau xào. Đậu lăng. Kỳ an

cư mùa mưa. Nhà nghỉ. Bánh mì dẹt chiên trong bơ loãng. Enthusiasm, từ tiếng Hy Lạp enthousiasmos. Pháp Tánh Ngữ Kinh, "Chương 1," 6. [ITP18.] Tên một loại đá biến chất, đá phiến. Ống điếu. Cây gai dầu. Như cái chén nhỏ xíu để uống trà. Ghat: bậc thềm dẫn xuống sông Hằng. Giovanni Antonio Canal (17/10/1697 - 19/4/1768), họa sĩ Ý chuyên vẽ phong cảnh Venice. Joseph Mallord William Turner (23/4/1775 - 19/12/1851), họa sĩ người Anh, vẽ tranh phong cảnh thuộc trường phái lãng mạn. Paul Jackson Pollock (28/1/1912 - 11/8/1956), họa sĩ nổi tiếng người Mỹ, là một gương mặt quan trọng trong trào lưu chủ nghĩa biểu hiện trừu tượng. Pieter Bruegel il Vecchio (1525 - 9/9/1569), họa sĩ Hà Lan. Điệu nhảy siêu phàm của thần Shiva. Biểu tượng sùng bái hình dương vật. Trống vỗ bằng tay. Bánh mì dẹt chiên phồng lên. Một dạng kẹo. 1. Ta là chúa tể của thế giới. 2. Hai câu thơ nằm trong bài thơ Hai mươi hai vần dâng tặng quan tả thừa họ Vi của Đỗ Phủ. 3. Trong Tứ tiểu Thiên hậu của dòng văn học lãng mạn hiện đại do độc giả Trung Quốc bình chọn, Phỉ Ngã Tư Tồn được mệnh danh là Thiên hậu bi tình, bởi lẽ bi kịch dường như đã trở thành dấu ấn riêng của chị. 4. Cô chiêu: trong "cậu ấm, cô chiêu", con cái trong những gia đình giàu có, được nuông chiều. 5. Hành cung: cung điện cho vua ở tạm khi ra khỏi hoàng thành ở kinh đô. 6. Tianya: một trong những diễn đàn trực tuyến được yêu thích nhất tại Trung Quốc. 1. Shizuka: một nhân vật phụ trong bộ truyện tranh Hana Yori Dango (Boys Over Flowers) của Nhật. 1. Câu chuyện về người nông dân và con rắn độc là một câu chuyện thuộc tuyển tập Những câu chuyện ngụ ngôn của Aesop. 1. Củ dền: có tên khác là củ cải đường, được trồng nhiều ở vùng Bắc Mỹ, Trung Mỹ và Anh Quốc. 2. Two-tone: hai tông màu. 1. Mỗi một loài hoa đều mang những thông điệp riêng, dạ lan có nhiều màu, nhiều thông điệp. Màu tím của dạ lan tượng trưng cho nỗi buồn và nói thay lời xin lỗi: "Hãy tha thứ cho anh." 1. Căn cứ theo thủ pháp vẽ, tranh Trung Quốc có thể chia thành tranh vẽ chi tiết và tranh tả ý. 2. Cá Napoleon: còn gọi cá hàng chài đầu to, được phát hiện ở các vùng nước Indonesia và Phillipines, rất được ưa chuộng ở Trung Quốc. 1. Olympiad: giải thi đấu mang tính quốc tế, đề thi thường rất khó, được chia làm nhiều lĩnh vực: Toán,

Lý, Hóa, Thể dục thể thao, Cờ vua… 2. Ôi, Romeo, Romeo! Sao chàng lại là Romeo chứ? 1. GMAT: viết tắt của Graduate Management Admission Test, là tiêu chuẩn đánh giá được phân phát bằng tiếng Anh, giúp cho các trường thương mại đánh giá khả năng của những người nộp đơn xin học thương mại và quản trị cấp cao. 2. Trần Viên Viên: một danh kỹ ở miền Giang Nam thời Minh mạt - Thanh sơ, là một trong những nhân vật dẫn đến sự sụp đổ của nhà Minh. 3. Một câu thơ trích trong bài Viên Viên khúc của Ngô Vĩ Nghiệp, Nguyễn Thị Bích Hải dịch. 4. Một loại rượu bình dân của Trung Quốc, nấu từ hạt ngũ cốc. 1. Sơn tra: còn có tên là cây chua chát, cây gan hay táo mèo, được dùng làm thuốc ở cả phương Đông và phương Tây hàng chục thế kỷ qua. Hiện nó được dùng rộng rãi tại nhiều nước châu Âu để trị bệnh tim mạch. Còn ở Việt Nam,Trung Quốc, sơn tra là thuốc chữa các chứng về đường tiêu hóa. 1. ICU: viết tắt của cụm từ Intensive Care Unit, khu chăm sóc đặc biệt, khoa hồi sức tích cực. 2. Theo quan niệm của người Đài Loan, sau khi tai qua nạn khỏi nên ăn mì móng giò để xua đuổi vận đen. Còn theo dân gian Trung Quốc lưu truyền bấy lâu nay, lá bưởi có thể mang lại may mắn, xua đuổi tà ma và những điều xấu. 1. Hồng lâu Nhị Vưu: chỉ Vưu Nhị thư và Vưu Tam thư, hai nhân vật trong Hồng lâu mộng. Cả hai đều là những cô gái sắc nước hương trời. 2. Rukawa Kaede: một trong những nhân vật chính trong bộ truyện tranh Slam Dunk của Nhật. 3. Trương Vô Kỵ: nhân vật nam chính trong bộ tiểu thuyết Ỷ thiên Đồ long ký của nhà văn Kim Dung. 4. Quang Minh đỉnh: sào huyệt của Ma giáo mà Trương Vô Kỵ đã lần mò theo một ông hòa thượng leo lên. 5. Lầu Dật Phu là công trình kiến trúc được đặt theo tên của nhà tài trợ Thiệu Dật Phu. Thiệu Dật Phu được biết đến như một “ông trùm” của làng giải trí Hoa ngữ. Kể từ năm 1985, ông đã quyên tiền xây dựng nhiều công trình kiến trúc phục vụ cho khoa học giáo dục tại Đại lục, các công trình này thường được đặt theo tên của ông. 6. Hoa dạ hợp: hay còn gọi là hoa mộc lan Trung Hoa, có màu trắng hoặc phớt hồng. 1. Diêu Minh: ngôi sao bóng rổ thành công ở Mỹ và được cả Trung Quốc biết đến. 2. Minh Tường: vận động viên điền kinh đầu tiên của Trung Quốc từng giành ba danh hiệu: kỷ lục gia

thế giới, vô địch thế giới và vô địch Olympic. 3. Vận động Ngũ tứ (hay còn gọi là Phong trào Ngũ tứ): một phong trào đấu tranh rộng lớn của sinh viên, học sinh, công nhân, thị dân, trí thức Trung Quốc, vì nổ ra đúng vào ngày 4 tháng 5 năm 1919 nên được gọi là phong trào Ngũ tứ. 4. Uống rượu độc chữa khát: ví với giải quyết khó khăn trước mắt mà không tính đến hậu quả về sau. 1. Chúc Doãn Minh (1460-1526): tên chữ là Hy Triết, hiệu Chi Sơn, là một thư pháp gia kiệt xuất đứng đầu Thư phái vùng Ngô trung, mọi người nhận định ông là thư pháp gia đệ nhất triều Minh. 2. Phê đấu: một thuật ngữ phổ biến trong thời kỳ "đại cách mạng văn hóa của Trung Quốc", viết tắt của "phê phán" và "đấu tranh". 3. Hai câu thơ trích trong Thấm viên xuân - Trường Sa của Mao Trạch Đông. 4. Diệc Thư: tên đầy đủ là Nghê Diệc Thư, sinh năm 1946 tại Thượng Hải, là em gái của tác gia nổi tiếng Nghê Khuông, cùng với Kim Dung và anh trai được xem là "tam đại kỳ tích" của giới văn đàn Hương Cảng. 1. Morphine: một loại thuốc giảm đau gây nghiện. 1. Em Lâm: chỉ Lâm Đại Ngọc, một trong ba nhân vật chính trong tiểu thuyết Hồng lâu mộng. 2. Squash: môn thể thao giống tennis, nhưng chơi trong phòng kín, vợt ngắn hơn và bóng cũng nhẹ hơn. Người chơi đánh bóng vào vách tường có gạch mức để làm chuẩn tính điểm, có thể chơi một mình. 1. Câu thơ trích trong bài thơ Thái tang tử của Tân Khí Tật, bản dịch của Nguyễn Chí Viễn. 2. Từ thời La Mã, người ta vẫn cho rằng đà điểu ngốc nghếch đến nỗi chúng đối phó với hiểm nguy bằng cách giấu đầu trong cát. Hình ảnh này cũng trở thành ẩn dụ cho những ai trốn tránh thực tế, giống như đứa trẻ bịt tai lại và la toáng lên: "Tôi không nghe thấy gì cả". 3. "Đồng Tuyết" phát âm gần giống với từ "bạn học"; 同学(tóngxué/bạn) và 童雪(tóng xuě/Đồng Tuyết). 1. Kaixin: một trong những trang mạng xã hội phổ biến ở Trung Quốc. 2. JP: viết tắt của từ 极品 (jipin) theo nghĩa tiêu cực tức là: người tệ hại không ai chịu nổi. 1. Alibaba Group là tập đoàn thương mại điện tử lớn nhất Trung Quốc, sở hữu công ty Alibaba.com và đồng thời sở hữu Taobao, Alipay, China Yahoo… 2. Taobao là một trong bốn hệ thống mua bán trực tuyến lớn nhất tại Trung Quốc. 3. Tencent: công ty cung cấp dịch vụ tin nhắn QQ cùng nhiều dịch vụ trực tuyến khác, rất

phổ biến tại Trung Quốc. 4. Mã Hóa Đằng: chủ tịch kiêm tổng giám đốc điều hành Tencent. 5. Mã Vân: người sáng lập và là tổng giám đốc tập đoàn Thương mại điện tử khổng lồ Alibaba. Khải Đạt từ năm 2005 bắt đầu cung ứng hộp bọc ngoài iPod cho Apple. Macintosh (hay Mac): Là một dòng sản phẩm máy tính cá nhân được thiết kế, phát triển và đưa ra thị trường bởi tập đoàn Apple. C2C (Consumer-to-Consumer): Là hình thức thương mại điện tử giữa những người tiêu dùng với nhau. Kỉ nguyên hậu PC: The Post-PC era Cây gậy và củ cà rốt (carrot and stick): Là khái niệm được dùng để chỉ một hành động đồng thời khuyến khích điều tốt (củ cà rốt) và trừng phạt điều xấu (cây gậy). Đây là một chính sách ngoại giao trong quan hệ quốc tế, thường được các nước lớn mạnh sử dụng nhằm thay đổi hành vi của các nước nhỏ hơn. “Cây gậy” tượng trưng cho sự đe dọa trừng phạt, còn “củ cà rốt” tượng trưng cho quyền lợi hay phần thưởng. Bong bóng Dot-com: ý nói những trang web của các công ty trên mạng lưới toàn cầu với tên miền là.com, là một bong bóng thị trường cổ phiếu khi các cổ phiếu của các công ty công nghệ cao, nhất là các công ty mạng được đầu cơ. Bong bóng này được sinh ra vào ngày 9/8/1995 – khi Netscape Communications bắt đầu niêm yết cổ phiếu của mình và vỡ vào ngày 10/3/2000 – khi chỉ số tổng hợp NASDAQ đạt đỉnh cao nhất. Bong bóng Dot-com đã góp phần cùng các nhân tố khác tạo nên sự thịnh vượng kinh tế của Mĩ cuối thập niên 1990 – thời kì mà nhiều người gọi là “Nền Kinh tế Mới”, còn Alan Greenspan gọi là “sự thịnh vượng bất thường”. Personal Digital Assistant: Thiết bị kĩ thuật số hỗ trợ cá nhân Tên một nhân vật trong truyện cho thiếu nhi có tên là Struwwelpeter. Rapid eye movements (chuyển động mắt nhanh) để chỉ một giấc ngủ sâu, trái ngược với NREN - giấc ngủ không sâu. Quasimodo: Anh gù trong tiểu thuyết Nhà thờ Đức Bà Paris, còn được biết đến với tên “Thằng gù ở nhà thờ Đức Bà”. Hai nữ minh tinh nổi tiếng của thập niên 80, 90 thế kỷ trước. Hai người phụ nữ được biết đến với gương mặt không mấy xinh đẹp. Nê và Nghê là hai từ đồng âm. Nam uống hoócmon và chuyển đổi giới tính thành nữ. “Ăn dấm” còn có nghĩa bóng là “ghen”. “Trường hận ca” của Bạch Cư Dị.

Table of Contents